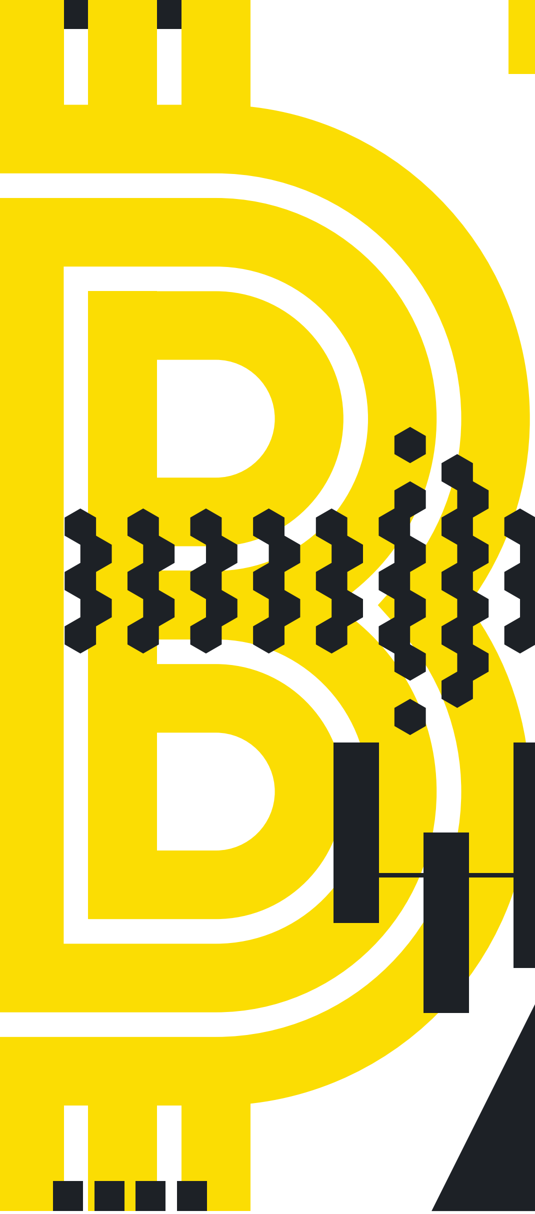
Bloomberg Businessweek
Türkiye
25 Mart 2018 ● businessweek.com.tr

Bitcoin'in 'Kripto' Tarihi



Dünyayı kasıp kavuran Bitcoin'in geleceği hakkında yorum yapmadan önce tarihine göz atın s36

FİYATI 6 TL KKTC 7,5 TL
ISSN 1306-2387 10





EKONOMİ GÜNDEMİ



TÜİK Ocak ayı inşaat maliyet endeksini açıklayacak

27 Mart Salı
- TÜİK 2017 yılı canlı hayvan ve hayvansal ürün fiyatları ve üretim değeri verilerini açıklayacak
- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Şubat ayı uluslararası rezervler ve döviz likiditesi istatistiklerini açıklayacak

28 Mart Çarşamba
- TÜİK 2017 yılı canlı hayvan ve hayvansal ürün fiyatları ve üretim değeri verilerini açıklayacak
- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Şubat ayı uluslararası rezervler ve döviz likiditesi istatistiklerini açıklayacak

29 Mart Perşembe
- TÜİK Ocak ayı inşaat maliyet endeksini açıklayacak
- BDDK Şubat ayı bankacılık sektörü topluluaştırılmış ve grup bazında kredi dağılımı bilgilerini açıklayacak
- BDDK Şubat ayı kredi kartı harcamalarına ilişkin istatistikleri açıklayacak
- BDDK Şubat ayı bankacılık sektörü topluluaştırılmış ve grup bazında bilanço bilgilerini açıklayacak

30 Mart Cuma
- TÜİK Ocak ayı katı yakıtlar istatistiklerini açıklayacak
- TÜİK Şubat ayı dış ticaret istatistiklerini açıklayacak
- Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı Şubat ayı elektrik enerjisi üretim-iletim istatistiklerini açıklayacak
- Kültür ve Turizm Bakanlığı Şubat ayı giriş-çıkış yapan yabancı ve vatandaşlar istatistiklerini açıklayacak
- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Şubat ayı aylık para ve banka istatistiklerini açıklayacak
- Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu Ocak ayı elektrik piyasası aylık sektör raporunu açıklayacak
- Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu Ocak ayı petrol piyasası aylık sektör raporunu açıklayacak

İnfomag Yayıncılık Bilişim Tanıtım ve Organizasyon Hizmetleri Ltd. Şti. Adına Sahibi
Serkan Ünal

Genel Yayın Yönetmeni
Serdar Turan (Sorumlu)

Yayın Danışmanı
Ruhi Sanyer

Yardımcı Editör
Sinan Koparan, Mehmet Erdoğan Elgin

Haber Merkezi
Alp Börü, Batuhan Kurnaz

Redaksiyon
Saadet Başak Ülgen

Çeviri
Saadet Başak Ülgen

Grafik
Mehmet Güzel

Yönetim
Yayın Grubu Başkanı
Serkan Ünal

Yayınlar Direktörü
Serdar Turan (Sorumlu)

İdari İşler Direktörü
Selim Kara

Satış ve Pazarlama İş Geliştirme Direktörü
Serkan Aydıner

Reklam Satış Direktörü
Ali Toğral

Uluslararası Reklam Satış Yöneticisi
Abidin Karabulut

Reklam Rezervasyon
Tel: 0 212 324 55 15 Pbx
Faks: 0 212 324 55 05
reklam@infomag.com.tr

Finans Sorumlusu
Veysi Güneş

Katkıda Bulunanlar
Mithat Bereket, İsmail Hakkı Polat

Yönetim Adresi
Ebulula Mardin Caddesi
4. Gazeteciler Sitesi No:83
Akatlar / İstanbul 34330
Tel: 0 212 324 5515 Pbx
Faks: 0 212 324 55 05
haber@businessweek.com.tr
info@businessweek.com.tr
destek@infomag.com.tr
Issn 1306-2387
Haftalık, yerel süreli yayın
Dili: Türkçe

Baskı ve Cilt
Bilnet Matbaacılık ve Yayıncılık A.Ş.
Dudullu Organize San. Bölgesi 1.Cad. No:16
Ümraniye-İSTANBUL
Tel: 444 44 03
Fax: (0216) 365 99 07
www.bilnet.net.tr

Dağıtım
Turkuvaz Dağıtım Pazarlama A.Ş.



Enerjide Halkın Önceliği Fiyat

● CESD tarafından yapılan araştırma, enerji sektörünün her alanına yönelik ilginç veriler ortaya koyuyor

● Mehmet Erdoğan Elgin

Kadir Has Üniversitesi Enerji ve Sürdürülebilir Kalkınma Uygulama ve Araştırma Merkezi (CESD) geçtiğimiz hafta Türkiye Toplumunun Enerji Tercihleri Araştırması'nın sonuçları açıklandı. Bu yıl ikincisi gerçekleştirilen araştırmanın sonuçlarını CESD Müdürü Prof. Dr. Volkan Ş. Ediger açıkladı. 16 kent merkezinde ikamet eden 18 yaş ve üzeri bin 235 kişi ile yüz yüze görüşülerek yapılan araştırma, Türkiye'nin enerji tüketimi ve politikalarına ilişkin güncel verileri ortaya koyuyor. Bu yıl ikincisi düzenlenen araştırma, Türkiye'nin enerji tüketimi ve politikalarına ilişkin güncel verileri ortaya koyduğu gibi her yıl tekrarlanması nedeniyle zaman içinde görüşlerin nasıl şekillendiği hakkında da bilgi veriyor. Ayrıca bu, toplumun enerji sektörünü ne ölçüde bildiğini net bir şekilde ortaya koyan bir araştırma olmasıyla da dikkat çekiyor.

Peki araştırmada öne çıkan sonuçlar ne? Gerçekten ilginç veriler var. Ama öncelikle hemen herkesin tahmin edebileceği sonuçlara bir bakalım. Araştırmaya katılan insanlara sorulan sorulardan biri "Türkiye enerji sisteminin en önemli sorunu nedir?" olmuş. Birçoğunuzun tahmin edebileceği gibi, ankete katılanların yüzde 41,8'i "pahalılık" cevabını vermiş. Oysa aynı soruya geçtiğimiz yılki araştırmadaki katılımcıların yüzde 30,8'i bu cevabı vermiş. Üstelik geçtiğimiz yıl çalışmaya katılanların enerjiyle ilgili en önemli sorun olarak dışa bağımlılığı belirttiklerini söylemek gerekiyor. Geçtiğimiz yıl dışa bağımlılığı enerjide en büyük sorun olarak görenlerin oranı yüzde 38,6 ile birinci sırayken bu yıl bu oran yüzde 16,8'e düşmüş ve enerji ile ilgili en büyük sorun sıralamasında ikinci sıraya gerilemiş.

Yine aynı araştırmada geçen yıl ve bu yıl sorulan bir soru, pahalılığın neden bu ölçüde yükselişe geçerek halkın gözünde enerji sistemindeki en önemli sorun olduğunu ortaya koyuyor. O da "Türkiye'nin en önemli sorunu nedir?" sorusu. Zira geçen yıl bu soruya verilen cevaplarda ilk üç sırayı yüzde 27 ile eğitim, yüzde 21,9 ile iç güvenlik ve yüzde 15,7 oranıyla ekonomi alırken bu yılki sıralamanın ilk üçünü ekonomi (yüzde 21,9), eğitim (yüzde 19) ve demokrasi (yüzde 11,9) oluşturdu. Bir yılda halkın öncelikli sorunları arasında ekonominin ne kadar hızlı yükseldiğini görmek mümkün.

Öte yandan araştırmada enerji ve siyasi tercihlerle ilgili bazı verileri de görmek mümkün. Öncelikle şunu söylemek şart. Seçmenlerin oy verirken gözettiği kriterler arasında enerji ve enerji politikaları üst sıralarda yer almıyor. Ama bu noktada ilginç bir veri dikkat çekiyor: O da AK Parti'ye oy verenlerin yüzde 42'sinin de pahalılıktan şikayetçi olması. "Seçimlerde partilere oy verirken enerji politikalarını ne derece dikkate alırsınız?" sorusuna ankete katılanların yüzde 44'ü "Dikkate almam" cevabını verirken "Biraz dikkate alırım" diyenlerin oranı yüzde 36. Her ne kadar siyasi tercihlerde enerji politikalarını dikkate almayanların oranı yüksek görünse de, geçen yıl bu oranın yüzde 55 olması ve bu yıl ciddi bir düşüş göstermesi dikkat çekici. Biraz dikkate alanların oranı ise bu yıl tırmanış göstermiş ve yüzde 24 olan geçen yılki oran yüzde 36'ya yükselmiş. Bu noktada bir miktar siyasi bilincin oluştuğunu söylemek mümkün. Şüphesiz siyasi partilerin bundan sonraki süreçte bu gerçeği biraz daha dikkate alması gerekiyor.

Yine enerjiyle paralel bir konu olan çevre konusunda da yapılan araştırmaya göre bir bilinçlenme söz konusu. "Seçimlerde oy verirken çevre politikalarını ne derece dikkate alırsınız?" sorusunun geçen yılki oranlarına baktığımızda yüzde 47 "Dikkate almam" derken, bu oran bu yıl yüzde 37'ye gerilemiş. Öte yandan "Biraz dikkate alırım" diyenlerin oranı ise yüzde 24'ten yüzde 36'ya yükselmiş. Şüphesiz son yıllarda çevre ve temiz enerjiyle ilgili toplumun bilinçlenme seviyesindeki artış önümüzdeki yıllarda da devam edecek.

Aslında bunun bir işareti de yine aynı araştırmada yatıyor. Zira "Türkiye'nin gelecekteki en önemli enerji kaynağının ne olacağını düşünüyorsunuz?" sorusuna verilen cevaplarda, yüzde 34 ile güneş enerjisinin açık ara önde olduğunu görmek mümkün. Bu sıralamada adeta bir mit olan borun yüzde 21 ile ikinci sırada olması dikkat çekici. Üçüncü sırada ise hâlâ insanların en çok tercih ettiği enerji kaynağı olan doğalgaz yer alıyor. Doğalgaz, Türkiye'deki tüketiciler arasında en popüler enerji kaynağı olmaya devam ediyor. Ankette sorulan "Maliyetleri aynı ve kolaylıkla erişebilir olsalardı hangisini evinizdeki enerji ihtiyaçlarınızı karşılamak için kullanmayı tercih ederdiniz? sorusuna yüzde 49 ile en yüksek cevap "doğalgaz" olmuş. Gerçi bu oran geçen yıl yüzde 63'tü, ama doğalgaz yüksek ilgi görmeye devam ediyor. Peki doğalgazdaki azalma hangi kaynağa yönelmiş? Büyük ölçüde güneş enerjisi. Zira geçen yıl bu soruya verilen cevapların yüzde 21'i "güneş" iken bu yıl yüzde 30'a çıkmış. Öte yandan geçen yıl yüzde 5 olan "rüzgar" oranı bu yıl yüzde 10'a çıkmış. Dolayısıyla bütün veriler yenilenebilir enerjiye yönelik ilginin önümüzdeki yıllarda da devam edeceğini ortaya koyuyor.

Her şeye rağmen en popüler enerji kaynağı olan doğalgaza Türk toplumun bakışı nasıl? En çok talep gören enerji kaynağının yüzde 99'u ithalatla sağlanıyor. İthal edilen doğalgazın da yüzde 90'ı boru hatlarıyla geliyor. Zaten çalışmaya katılan insanların enerji ile ilgili hükümeti başarılı bulduğu en önemli iki konu başlığını doğalgaz temini ve petrol ve doğalgaz boru hatları çalışmaları oluşturuyor. Hükümetin doğalgaz temini politikalarını olumlu bulanların oranı yüzde 45,8. Bu oranın geçen seneye göre bir miktar düşmesi dikkat çekici. Geçen yıl bu oran yüzde 53,9 idi. Öte yandan petrol ve doğalgaz boru hatları çalışmaları ise araştırmaya katılanların yüzde 42,2'si tarafından olumlu görülüyor. Burada da geçen yıla göre bir düşüş var. Zira geçtiğimiz yıl bu oran yüzde 54,5 idi.

Peki hükümetin enerji konusunda en çok beğenilen işleri olarak belirtilen boru hatları ve doğalgaz teminiyle ilgili projeleri, Türk halkı tarafında ne kadar biliniyor? İşte burada ciddi bir çelişki var. Türkiye'nin şu anda doğalgaz ithalatıyla ilgili iki yeni çok büyük projesi bulunuyor. Bunlar Rus gazına yönelik Türk Akımı ve Azerbaycan gazını getirecek TANAP. Geçtiğimiz yılki araştırmada "Türk Akımı projesi ile ilgili bilginiz var mı?" sorusuna yüzde 92 oranında "Hiç bilgim yok" cevabı verilmiş. Bu oran bu yıl biraz gerilemiş ve yüzde 68'e düşmüş. Her ne kadar Türk Akımı konusunda bir yılda başarılı bir PR çalışması yapıldığı görülse de, bu projeyle ilgili halkın bilgisiz olması oldukça düşündürücü. Öte yandan, araştırmaya bu yıl TANAP da alınmış. Ankete katılanların yüzde 76,3'ü TANAP ile ilgili hiçbir bilgiye sahip değil. Üstelik bir başka soruda "Türkiye enerjiyi en fazla hangi ülkeden alsın?" sorusuna katılımcıların yüzde 44'ü "Azerbaycan" demiş. Bu da Azerbaycan'ı açık ara ilk sıraya taşımış. Yine aynı soruya verilen cevapta "Rusya" geçen yıl yüzde 20 iken bu yıl yüzde 9'a gerilemiş. İlginç bir şekilde "Kendimiz üretelim" cevabının oranı geçen yıl yüzde 3 iken bu yıl yüzde 16'ya çıkıyor. Bu veri de yerli ve yenilenebilir kaynakların bir kez daha toplum tarafında desteğinin arttığını ortaya koyuyor. B

Türk Medyasının Devi El Değiştiriyor

● Doğan Medya Grubu, Demirören Medya Grubu tarafından satın alınıyor

Türk medyasının köklü kuruluşu Doğan Medya Grubu ile Demirören Medya Grubu arasındaki görüşmeler başladı. Başta Hürriyet gazetesi ve CNN Türk gibi pek çok dev markayı bünyesinde bulunduran Grup için, Demirören Medya tarafında, 890 milyon dolar hisse değeri üzerinden görüşmelerin başladığı Kamu Aydınlatma Platformu'na bildirildi. Açıklama şöyle: "Şirketimizin aralarında Doğan Dağıtım Satış Pazarlama Matbaacılık Ödeme Aracılık ve Tahsilat Sistemleri A.Ş. (Yaysat), Doğan Gazetecilik A.Ş. (Posta, Fanatik), Doğan Haber Ajansı A.Ş., Doğan TV Holding A.Ş., DTV Haber ve Görsel Yayıncılık A.Ş. (Kanal D TV), Doruk Televizyon ve Radyo Yayıncılık A.Ş. (CNN Türk TV), Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş. ve Mozaik İletişim Hizmetleri A.Ş.'nin de (D Smart) bulunduğu, yazılı ve görsel medya bölümünde faaliyet gösteren doğrudan ve dolaylı bağlı ortaklıklarımızdan önemli bir kısmının sermayelerinde sahip olduğumuz paylarımızın tamamının satışı ve devri konusunda, 1.100.000.000$ (Birmilyaryüzmilyon Amerikan Doları) "işletme değeri"nden, ilgili finansal borçların indirim konusu yapılması suretiyle, 890.000.000$ (Sekizyüzdoksanmilyon Amerikan Doları) "hisse değeri" üzerinden, Demirören Holding A.Ş. ile görüşmelere başlanmıştır. Konuya ilişkin gelişmeler oldukça, ilgili mevzuat kapsamında ayrıca kamuya açıklama yapılacaktır." KAP'a yapılan açıklamanın ardından Doğan Grubu Onursal Başkanı Aydın Doğan da bir açıklama yaptı. Açıklamada sektördeki gelişimini ve tecrübelerini kısaca aktaran Aydın Doğan, "Geldiğim bu aşamada, kendi isteğimle, yayıncılık mesleğime nokta koymaya karar verdim. Bu karar doğrultusunda, daha önce Milliyet gazetesini grubumuzdan satın alan ve dolayısıyla medya tecrübesi olan 60 yıllık arkadaşımız Demirören ailesi ile satış görüşmelerine başladık. 22 Mart Perşembe sabahı ön protokolü imzaladık. Bu mutabakatın herkes için hayırlı ve uğurlu olmasını diliyorum. Protokolün yürürlüğe girmesi ve nihai satışın gerçekleşmesi için gereken işlemlere başlanmış bulunulmaktadır" şeklinde devam ediyor. Ⓑ

Arçelik'ten 1 Milyon 400 bin Hanenin Su Tasarrufu

● Şirket son altı yılda su verimli üzerine önemli çalışmalar yaptı ve sonuçlarını alıyor

Arçelik A.Ş., üretim süreçlerinde ve ürünlerinde doğal su kaynaklarının korunması için bir dizi önlem almıştı. Şirket son altı yılda işletmelerindeki su verimliği çalışmalarıyla 1 milyon 400 bin hanenin günlük tüketimine eş değer su tasarrufu sağladı. 22 Mart Dünya Su Günü'nde konuşan Arçelik A.Ş. CEO'su Hakan Bulgurlu, "Gezegenimizin geleceği için suyun her damlası değerli. Bugün 2,1 milyar insanın evlerinde güvenli içme suyuna erişimleri yok. Biz küresel bir şirket olmanın sorumluluğuyla sürdürülebilirliği değer zincirimizin her halkasına entegre ediyor, faaliyet gösterdiğimiz tüm ülkelerde çevre dostu ürünlerin yaygınlaştırılmasını sağlıyoruz" dedi. Arçelik A.Ş., 22 Mart Dünya Su Günü'nde "doğal kaynaklarımızı koruyalım" mesajını verdi. Şirket, "Dünyaya Saygılı, Dünyada Saygın" vizyonu çerçevesinde tüm ürün ve üretim süreçlerinde sürdürülebilir iş modelleri uyguluyor. Arçelik A.Ş., 2011-2017 yılları arasında yurt içi işletmelerinde gerçekleştirdiği su verimliliği çalışmalarıyla 1 milyon 120 bin metreküp su tasarrufu sağladı. 1,4 milyon hanenin günlük su tüketimine eşdeğer suyu tasarruf etti. Şirket, sürdürülebilirlik hedeflerini Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ile uyumlu hale getirdi. Su kaynaklarının korunması kapsamında bu hedeflerden 6'ıncısı olan "Temiz Su ve Sıhhi Koşullar" ile 12'ncisi olan "Sorumlu Tüketim ve Üretim" başlığına katkı sağlamak üzere çalışmalarını sürdürüyor. Son beş yılda işletmelerinde ürün başına su çekimini yüzde 36 oranında azalttı. Arçelik A.Ş.'nin su verimliliği konusundaki başarılarına dikkat çeken Bulgurlu şöyle konuştu: "21'inci yüzyılda yaşadığımız su sorununun kökeninde çevreye verilen zarar ve yine bunun bir sonucu olan küresel ısınma yatıyor. Biz su kıtlığıyla mücadele konusunda da dünyada lider şirketler arasında yer alıyoruz. 2017 yılında, dünyanın en önemli ve en yaygın çevre girişimlerinden biri olan Karbon Saydamlık Projesi'nin (CDP) hem iklim hem de su programında A Listesi'ne girerek, dünyada bu başarıyı elde eden 25 şirket arasına girdik. CDP'nin 2017 Raporuna göre su sorunuyla mücadele için 91 ülkeden şirketler, binden fazla projeyle 23,4 milyar dolar yatırım sözü verdi. Ancak BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine ulaşabilmek için hükümetlerin ve şirketlerin 6,4 trilyon dolar yatırım yapması gerekiyor. Biz de Arçelik A.Ş. olarak bu bilinçle ekosistemin korunması için hem Türkiye'de hem de dünyada yatırım yapmaya ve örnek şirket olmaya devam edeceğiz." Ⓑ

Hindistan'ın Küçük Dükkanları Büyük Bir Bankacılık Ağı Olmaya Hazırlanıyor

● Çoğu Hintli nâlâ nakit kullanıyor. Köşebaşlarındaki dükkanlar, dijital paranın yerini tutar mı?

Sıradan bir saatçi ya da cep telefonu satan bir dükkan gibi görünebilir, ama burası güney Mumbai'nin bu bölgesinde yaşayan insanların önemli bölümü için yerel bir banka şubesi. Dükkanın sahibi Rakesh Sharma, her gün gecenin geç vakitlerine kadar müşterileri adına para gönderen, mevduat kabul eden ve para çekmek istediklerinde de bu taleplerini karşılayan yüzbinlerce dükkan sahibinden biri.

Bakkal dükkanları, terziler, eczaneler ve hatta doktorlar bile ek iş olarak basit finansal işleri yapıyor. Babasının kurduğu Mayuresh Watches & Traders adlı dükkanda bilgisayarıyla çalışan Sharma, bu işlerin şimdi en önemli gelir kaynağı haline geldiğini söylüyor. O kadar çok para topluyor ki (kabaca 30 bin dolar eden milyonlarca rupi) ya kendisi ya da kardeşi soyulma riskini en aza indirmek için neredeyse her saat başında banka şubesine gidiyorlar.

Hindistan, halkın nakit yerine dijital ödemelere ve bankalara alışması için uğraşıyor. Yüzlerce milyon Hintli ilk kez banka hesabı açarken, hükümet de devlete ait bankalardan her köyde veya yakınında şube açmalarını istedi. 2016'da mevcut banknotların bir kısmının tedavülden kaldırıldığı ve insanları paralarını yatırmak ya da tedavülden kalkan banknotları değiştirmek için bankaların önünde kuyruğa

DHIRAJ SINGH/BLOOMBERG



Bloomberg Businessweek Türkiye

25 Mart 2018

Editör
Pat Regnier,
Ruhi Sanyer

girmeye mecbur eden sürpriz girişim, Paytm gibi akıllı telefon bazlı dijital cüzdan hizmetlerini destekleyici bir girişim olarak görüldü. Ancak o şirketler daha çok zengin Hintlileri hedefliyor. Bir başka grup online finansal hizmet sağlayıcısı şirket ise, nüfusun daha çok nakitle iş görmekle birlikte biraz da para biriktirmek, fatura ödemek, uzak eyaletlerdeki ailesine para göndermek ya da ülke dışında çalışan akrabaları tarafından gönderilen parayı çekmek isteyen çoğunluğa hizmet ediyor.

EbixCash, Fino PayTech ve Oxigen Services India'nın da aralarında bulunduğu bu şirketler özel yazılımla kendi ağlarına ulaşabilecek işyerleriyle anlaşma yapıyorlar. Müşteriler ülke dışından gönderilen işçi dövizi ve mevduatı çekmek için yüzde 0,6 ile yüzde 1,5 arasında değişen ücretler ödüyor. Sistem müşterilerin tren ve uçak bileti, sigorta poliçesi, hediye çeki ve hatta altın almalarına bile yardımcı oluyor. Ülkede 250 bin hizmet noktası bulunan EbixCash'in büyüme stratejileri sorumlusu Bhavik Vasa, "Finansal hizmetler sektörü işlemlerin beşte dördünün nakit olarak yapıldığı bu ülkede nüfusun çoğunluğunun fiziki işlemlerden dijital işlemlere yönelmesi için birilerinin onlara yol göstermesi gerektiğini anladı" diyor. Mayıs 2017'de ABD merkezli sigorta yazılımı geliştiricisi Ebix Inc. tarafından satın alınan şirket, el değiştirme öncesi 35 milyon müşterisi olduğunu söylemekle birlikte bugün müşteri ve işlem sayısıyla ilgili bilgi vermiyor. 50 binden fazla hizmet noktası bulunan Fino PayTech Ltd. ise yaklaşık 30 milyon müşterisinin yılda 120 milyondan fazla işlem yaptığını belirtiyor.

Finansal veri şirketi InterMedia'nın yaptığı bir araştırmaya göre, devletin tüm çabalarına rağmen Hindistan'da yetişkinlerin yalnızca yüzde 51'i aktif olarak bankaları kullanıyor. Finansal veriler konusunda uzman olan Delhi merkezli bağımsız danışman Astha Kapoor, "Banka hizmet birimlerine erişim zorluğu, düşük hizmet standartları ve finansal okuryazarlığın olmayışı banka şubelerinden ya da dijital kanallardan işlem yapmanın önündeki en büyük engeller olmaya devam ediyor" diyor. Mağazalardaki nakit noktalarının nakitle işlem yapmaya alışmış insanları resmi bankacılık saflarına ve dijital kanallara çekme konusunda daha fazla şansı olduğunu söylüyor.

Bankaların özellikle kuş uçmaz kervan geçmez yerlerdeki küçük bakkal dükkanlarıyla doğrudan iş ortaklıkları var. 600 binden fazla dükkan sahibi veya iş ortakları olarak adlandırılan bağımsız banka memurları State Bank of India ve Axis Bank Ltd. benzeri bankaların uzantıları gibi hareket ediyor. Ancak bankalar şirketlerin rekabetine pek aldırmıyor. Banka hesaplarına erişimi kolaylaştırmak bankaların büyümesine yardımcı olabilir. 264 şubesi ve ilave olarak 750 iş ortağı bulunan, ancak bugün aralarında Fino ve Oxigen Services India Ltd. gibi şirketlerle yaptığı ortaklık sayesinde 100 binden fazla müşteri hizmet noktası bulunan Mumbai merkezli RBL Bank'ın CEO'su Viswair Ahuja, "Her yere şube açmak anlamsız" diyor ve ekliyor: "İnternete bağlı tabletlerle ya da mikro ATM'lerle hizmet veren banka benzeri yerler bu işin geleceği."

Kalabalık günlerde birkaç yüz müşteriye hizmet veren Sharma'nın küçük saatçi dükkanı üç kapalı devre kamera tarafından izleniyor. İnsanların ondan haftada en az bir kez gecenin geç saatlerinde çoğunlukla tıbbi ihtiyaçlar için Hindistan'ın ücra bir köşesine para transferi yapmasını talep ettiğini söylüyor. Müşterilere parayı 24 saat açık olan lokantanın kasasına teslim etmeleri söyleniyor, ardından Sharma da evindeki bilgisayardan transferi yapıyor. Karşı taraftaki kişi de ertesi gün parayı teslim alıyor.

Uykusunun bölünmesini umursamıyor. Müşterilerinin her zaman güvenebileceği bir kişi olarak ünlenmek istiyor. "Bana paralarını makbuzsuz teslim ediyorlar ve ben de onlara hiç kazık atmadım" diyor. Günlük işlerde çalışan 45 yaşındaki Celalettin adlı müşterisi, kuzeydeki Uttar Pradesh eyaletinin Faizabad şehrinden gelmiş. Mayuresh Watches'ı kullanarak her hafta karısına 40 rupi masrafla 2 bin 500 rupi gönderiyor. Yakın zamana kadar para göndermek için otobüse binip gittiği banka şubesi önünde kuyruğa giriyor ve 300 rupiden ya da yarım günlük yevmiyesinden oluyordu. Transfer ücreti olarak en az 150 rupi ödüyordu. EbixCash kullanmanın rahatlığı ve düşük maliyeti hayatını değiştirdi. "Buraya geliyorum, işim bir dakikada hallediliyor" diyor.

Pravin Nandu adlı eczacısı Kuzey Mumbai'nin varoşlarındaki Dhun Drug House adlı eczanede önce kâr marjından fedakarlık ederek internet üzerinden indirimli ilaç satmaya başladı. Ardından dükkana müşterilerin omurga problemlerine, diyabet ve astıma çare olduğuna inandıkları titreşimli yatağı getirdi. O da yetmeyince EbixCash'i devreye soktu.

Eczane, Canara Bank şubesinin hemen aşağı tarafında ve Bank Baroda şubesinin de karşı sokağında bulunmasına rağmen bankalarda hesabı olanlar bile Nandu'ya geliyor. Eczanesini gece 23.00'e kadar açık tutuyor ve insanların daha az sıra beklediklerini ifade ediyor. "Bu insanların çoğu vezneye ulaşsalar bile form doldurmayı bilmiyorlar" diyor ve ekliyor: "Burada hiçbir şey yapmaları gerekmiyor ve biz onlara iş yapma kolaylığı sunuyoruz." —*Anto Antony ve Marcus Wright*

SÖZÜN ÖZÜ Hindistan'da hükümet daha çok sayıda insanı banka kullanmaya yönlendirse de daha alınacak çok yol var. Bu da dükkanların oluşturduğu ağları güçlendiriyor.

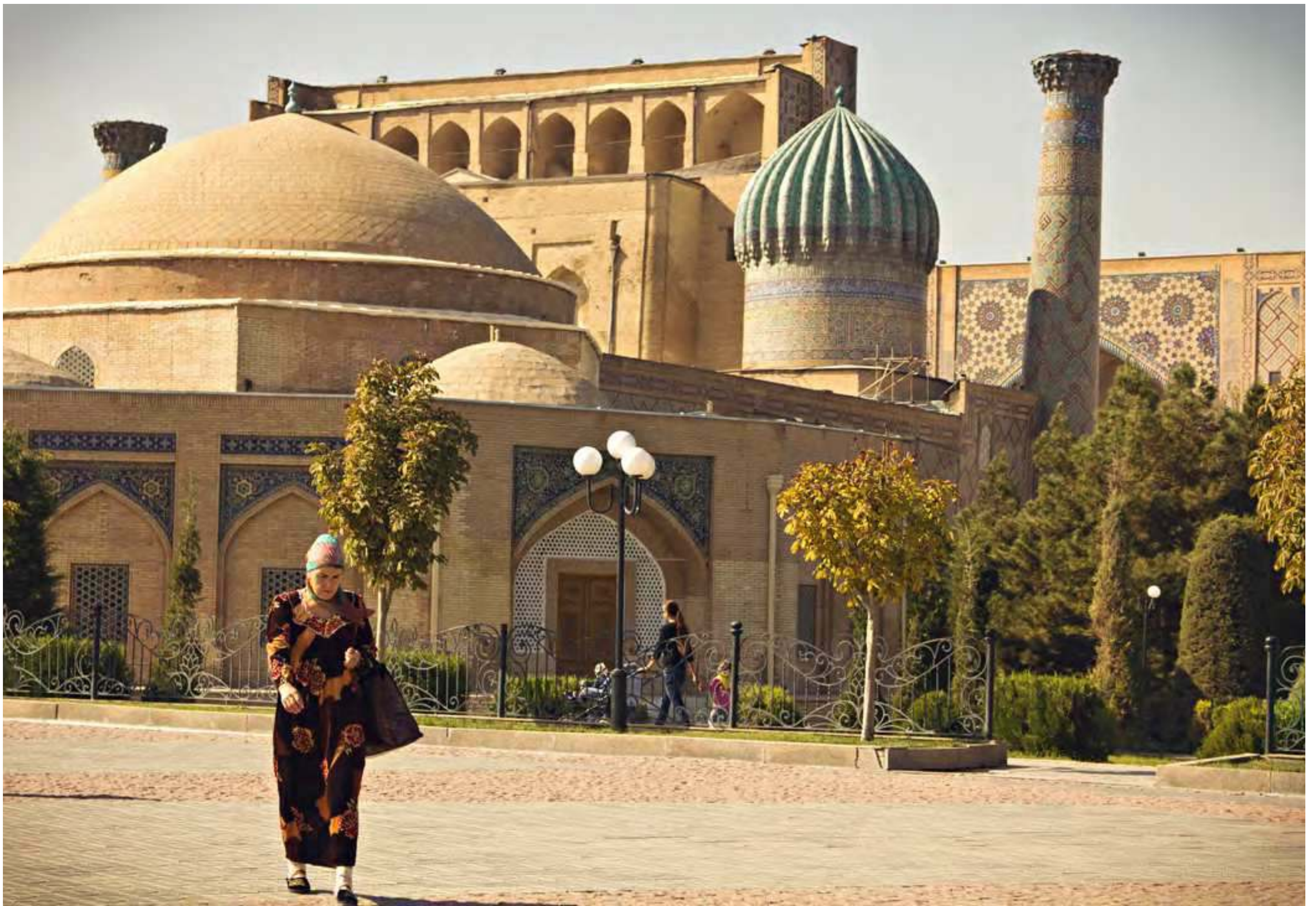
● Aktif bir şekilde banka müşterisi olan Hintlilerin oranı

%51

◀Mumbai'deki bir dükkan EbixCash reklamı yapıyor

Özbekistan Dünyaya Açılırken

● Şevket Mirzayev'in iktidara gelmesiyle daha liberal bir çizgiye yönelen ülke, Türk şirketleri için önemli fırsatlar içeriyor



Orta Asya'daki Türk cumhuriyetlerinden Özbekistan ile Türkiye'nin ilişkileri çok uzun yıllar boyunca bir türlü gelişemedi. İlişkilerin gelişmesi bir tarafa, kötüleşen ve hatta bir noktada neredeyse kesilme noktasına gelen Türk-Özbek ilişkileri dikkat çekti. Ama İslam Kerimov'un beklenmedik ölümünden sonra devlet başkanlığına seçilen Şevket Mirzayev ile iki ülke ilişkileri ikinci baharını yaşamaya başladı. Uzun yıllardır karşılıklı ziyaretlerin olmadığı iki ülkenin yetkilileri, son bir yılda önemli buluşmalara imza attı. Türkiye ve Özbekistan'ın arasının soğuk olduğu dönemlerde Türkiye'deki bazı STK'lar ilişkileri sıcak tutmak ve en azından sosyal ve ekonomik faaliyetlerin sürdürülebilir olması için ciddi emek harcadı. Hiç şüphesiz bunların başında Ankara'da yer alan Avrasya Ekonomik İlişkiler Derneği (EkoAvrasya) geliyor. EkoAvrasya yalnız Özbekistan ile değil, bölge ülkeleriyle olan ilişkilerin gelişmesi için çalışıyor. Biz de EkoAvrasya'nın Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Eren'e Türk-Özbek ilişkilerinin geldiği son noktayı ve bundan sonra yaşanabilecek gelişmeleri sorduk. ▶

◀ Özbekistan'ın Türkiye için önemi nedir?
Sovyetler Birliği dağıldıktan sonra 32 milyon nüfusu ve ekonomik altyapısıyla Rusya ve Ukrayna'dan sonra en büyük potansiyele sahip ülke Özbekistan'dır. Bağımsızlıktan sonra ülke, kendini anlatabilmek ve uluslararası sisteme entegre olabilmek adına önemli birçok faaliyete imza attı. Tabii bu süreçte Özbek yönetimi Türkiye ile de ilişkileri geliştirmek istiyordu. Nitekim o dönem Cumhurbaşkanı olan Turgut Özal ile birlikte iki ülke çok yakınlaştı. Ama 1999 yılından itibaren Türk-Özbek ilişkilerinde ciddi sorunlar ve bozulmalar başladı.

En büyük sorun neydi bu süreçte?
Özbekistan heterojen bir yapıya sahip bir ülke. Üstelik o dönemde bağımsızlığını yeni elde etmiş ve sistemini oturtmaya çalışan bir Özbekistan'dan bahsediyoruz. O dönemin Devlet Başkanı İslam Kerimov, özellikle yabancı istihbarat ve vakıfların ülkeyi bir ateş topuna dönüştürebileceğinden endişe ediyor ve bu ateş topunun bütün Orta Asya'yı yakmasından çekiniyordu. Bu nedenle birçok konuda temkinli hareket etmeyi seçti. Bu yabancı servis ve vakıflar doğrudan ülkeye giremiyordu ama bunların Türkiye'yi kullanabileceklerini tahmin ediyordu. Nitekim FETÖ o dönemde Özbekistan'a sızmıştı ve Kerimov yönetimi bunlara bağlı bütün iş adamlarını, yöneticileri ve öğretmenleri sınır dışı etti.

Ama Süleyman Demirel'in cumhurbaşkanlığı döneminde de iki ülke ilişkileri fena değildi, öyle değil mi?
İki lider arasında çok iyi bir ilişki vardı. Hatta Türkiye ile Özbekistan arasında Ebedi Dostluk Antlaşması imzalandı. Süleyman Demirel, Kerimov ile olan dostluğuyla bir noktaya kadar onu ikna etti, ama ondan sonra bu dostluk da pek etkili olmadı. İkili ilişkiler iyice bozuldu ve neredeyse durma noktasına geldi. Sonraki süreçte, 2003 yılında o dönem Başbakan olan Recep Tayyip Erdoğan'ın bir Özbekistan ziyareti oldu. Ondan sonra da Kerimov ölmeden bir yıl önce, dönemin Dışişleri Bakanı Ahmet Davutoğlu bir ziyaret gerçekleştirdi.

Şimdi artık yeni bir başkan var ve son bir buçuk yılda işler değişmiş görünüyor. Şevket Mirzayev'in geride kalan süreçte Özbekistan'da yaptığı en önemli işler ne oldu?
Başkanlık seçimlerini dünya kamuoyu çok yakından takip etti. Şevket Mirzayev yüzde 80'in üzerinde oy alarak iktidara geldi. Başkanlık yemininden sonra yaptığı ilk konuşmada ülkede ciddi reformlar gerçekleştireceğini açıkladı. Bundan sonra dünya kamuoyu gerçekten bu reformları yapıp yapamayacağını izlemeye başladı. Aradan geçen sürede yaptığı reformlara baktığımızda oldukça başarılı olduğunu söyleyebilirim. Öncelikle siyasi nedenlerden hapis cezası alanlara af getirdi. Yine hapiste olan gazetecilerin serbest bırakılmasın sağladı. Bunlar Özbek halkının takdirini kazanan hareketlerdi.

Peki ya ekonomi alanında neler yaptı?
Öncelikle bütün bölge valilerine yabancı yatırımcının önünün açılması için gerekli düzenlemelerin yapılması talimatını verdi. Yabancı yatırımcıyı çekebilmek için bürokratik engelleri kaldırma yönünde önemli adımlar attı ve atmaya devam ediyor. Yine hiç beklenmeyen bir hamle yaptı ve içinde Türkiye'nin de olduğu birçok devlete vize rejimini kaldırdı. Açıkçası bu Özbekistan için son derece önemli ve beklenmeyen bir gelişmeydi. Mirzayev, Özbek halkına dünyaya entegre olmaları gerektiğini sık sık vurguluyor.


▲ EkoAvrasya Yönetim Kurulu Başkanı Hikmet Eren

Türkiye ile olan ekonomik ilişkiler ne durumda ve bundan sonra nasıl bir seyir izleyecek?
İki ülke arasında son yıllarda stabil bir ticaret hacmi olduğunu görüyoruz. Burada 3,5 milyar dolar seviyesinde bir büyüklükten bahsediyoruz. Karşılıklı ziyaretler ve gelişen ilişkilere paralel olarak bu ticaret hacminin orta vadede 10 milyar dolara çıkmasını bekliyoruz. Özbekistan çok önemli doğal kaynaklara sahip bir ülke. Altın, bakır gibi madenlerde önemli bir üretici. Pamuk üretiminde dünyanın beşinci büyük ülkesi. Çok büyük bir turizm potansiyeli var. Semerkant, Buhara gibi açık hava müzesi şehirlere ev sahipliği yapıyor. Karşılıklı yatırımların ve ticaretin artamaması için bir neden göremiyorum. Geçtiğimiz yıl Devlet Başkanı Şevket Mirzayev'in kalabalık bir heyetle Ankara ziyareti oldu. Burada THY'nin İstanbul-Semerkant seferlerine başlaması kararı alındı. Bu ay da seferler başladı. Mayıs ayında Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Özbekistan'a bir ziyareti olacak ve bundan sonraki süreçte ekonomik ilişkilerin hızla gelişeceğini bekliyorum.

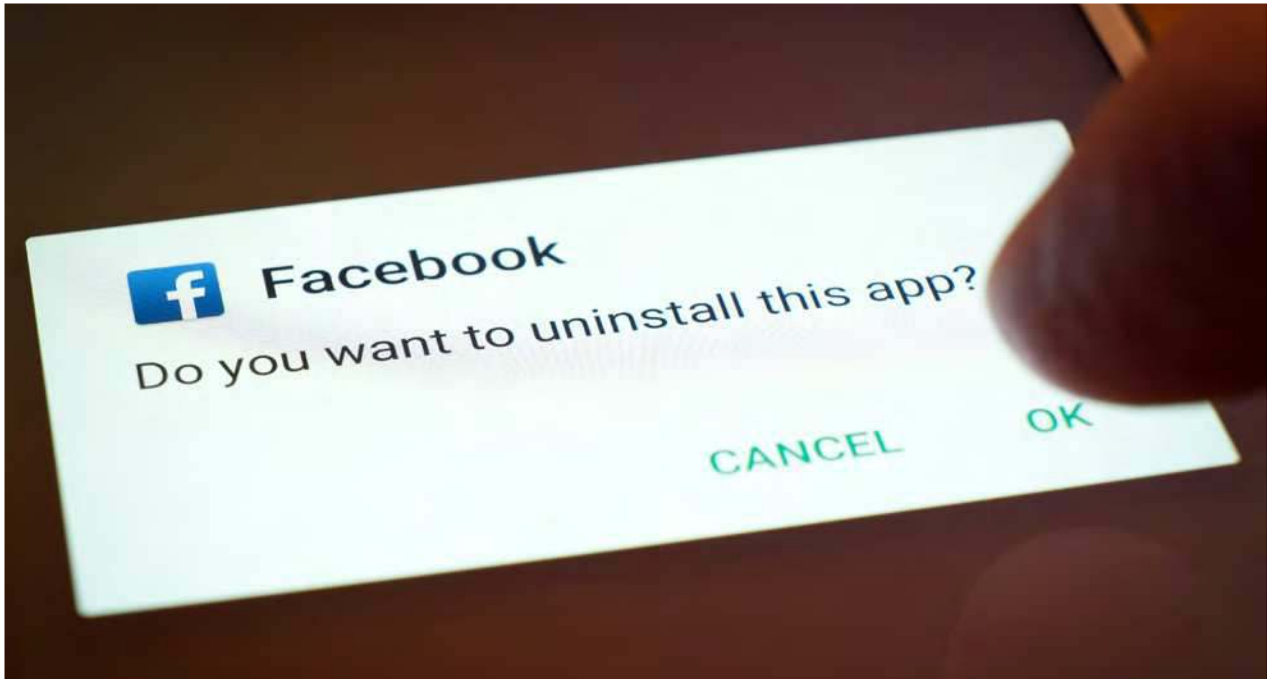
Sizin ekonomik ilişkilerin gelişmesi için çalışmalarınız var mı?
Mayıs ayında iş dünyasından 40 kişilik bir heyeti Taşkent ve Semerkant'a götüreceğiz. Burada B2B görüşmeler olacak. Gıda, inşaat ve inşaat malzemeleri alanında faaliyet gösteren şirketler olacak bunlar. Hedefimiz, büyük potansiyeli değerlendirmek ikili ticaret ve yatırım hacmini artırmaya katkı sağlamak. Özbekistan'da Çinli ve Güney Koreli iş dünyasının etkisi çok büyük. Burada onlarla rekabet etmemiz gerekiyor ve bu konuda lobi çalışmalarımızı artırarak devam edeceğiz.

Bugün, Özbekistan Turizm Bakanlığı'nda, otel ve turizm işletmelerinde Türkiye'den giden profesyonel yöneticilerin görev almaya başladığını duyuyorum. Bunlar memnun edici ve geleceğe daha umutla bakmamızı sağlayan gelişmeler. —*Mehmet Erdoğan Elgin*

Mithat Bereket

Facebook Çıktı, Mertlik Bozuldu

Skandal, dünya gündeminden düşmeyecek gibi gözüküyor



Böyle bir şeyin olması bekleniyordu. Nerede olacağı belli değildi, ancak teknolojik açıdan çok gelişen ve büyüyen "sosyal medyaların" günlük hayata etki etmesi artık kaçınılmazdı. Nihayet, suçlu açıklandı: Facebook.

Olaya konu olansa, 2016 sonlarında yapılan son ABD Başkanlık seçimleriydi.

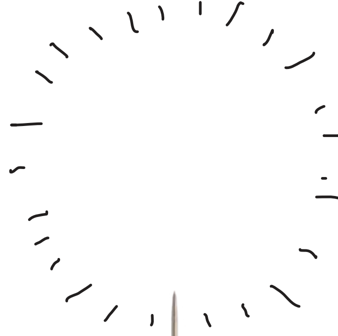
Şimdi İngiltere Bilgi Komisyonu, Facebook'ta 50 milyon kullanıcı profiline ait verileri usulsüz kullanmakla suçlanan Londra merkezli Cambridge Analytica adlı veri analiz şirketi hakkında soruşturma başlatmaya hazırlanıyor. "Tüketici, veya, seçmen davranışlarını değiştirmek isteyen" iş dünyası ve siyasi partilere hizmet sunan bir veri analiz şirketi olan Cambridge Analytica hakkındaki usulsüzlükler, Channel 4 televizyon kanalı ile *The Observer* gazetelerinin haberleriyle gündeme gelmişti.

Şirket, tüketici verilerini analiz edip, davranış bilimini kullanarak kuruluşların pazarlama araçlarıyla hedef kitlesi olarak belirleyeceği kişileri tespit edebildiğini iddia ediyor. Ana merkezi Londra'da olan Cambridge Analytica, SCL Group'un yan şirketi olarak 2013'te kurulmuş ve tüm dünya genelinde benzer faaliyetler yürütüyor.

İngiliz *The Observer* gazetesi, 2014 yılında 50 milyon Facebook kullanıcı profilinin İngiltere merkezli akademisyen Aleksandre Kogan ve şirketi Global Science Research tarafından toplandığını yazmıştı. Kogan, Cambridge Analytica'yla bu bilgileri paylaşmak için bir anlaşma yaptı. Facebook'ta usulsüz veri toplandığı iddialarını ifşa eden Christopher Wylie, bu kişisel bilgilerin çoğunun izinsiz ele geçirildiğini söylüyor. Şirketin CEO'su Nix ise, Şubat ayında İngiliz milletvekillerine Cambridge Analytica'nın çalışmalarında Facebook verilerini kullanmadığını söylemişti.

Şirket, açıklamasında usulsüzlük yaptıkları iddialarını reddetti ve verilerin hiçbirinin ABD'de 2016'daki başkanlık seçimlerinde kullanılmadığını söyledi. Ancak, buna kimse inanmadı. Olayın üçüncü gününde ise koskoca Facebook şirketi, piyasa değerinin tam yüzde 60'ını yitirmişti bile...

Anlaşma Yok



● Trump, Broadcom'un Qualcomm'u devralmak için verdiği teklifin önünü kesiyor ve gözünü ABD'ye diken yabancı şirketlere adeta uyarıda bulunuyor

Bloomberg Businessweek Türkiye

25 Mart 2018

Editör
Eric Gelman, Dimitra Kessenides ve Ruhi Sanyer

Donald Trump, Kasım ayında Broadcom Ltd.'nin ABD'ye taşınmasının planlandığını duyurduğunda, Singapur merkezli çip üreticisinin "harika bir iş çıkardığını ve bunu takdir ettiğini" söyledi. Şüphesiz ki bu durum Trump için müthişti; zira kendi politikalarının ABD'yi yabancı şirketlerin gözünde daha misafirperver kıldığına dair argümanı destekler nitelikteydi. Broadcom CEO'su Hock Tan ise Beyaz Saray'ın bu "birlikte poz verme" fırsatından payına düşeni pek alamıyormuş gibi görünüyor.

Trump 12 Mart'ta, henüz şirketler bir anlaşma konusunda uzlaşmamışken, benzersiz bir darbe ile Broadcom'un Qualcomm Inc.'i potansiyel satın alımını engelledi. ABD Yabancı Yatırım Komitesi'nin (CFIUS-Hazine bakanı yönetiminde yabancı satın alımları denetlemekle görevli düzenleyici kurum) tavsiyesini dinledi ve Broadcom'un Qualcomm'u satın alması durumunda ulusal güvenliğe zarar verecek faaliyetlerde bulunabileceğine dair "güvenilir kanıtlarının" olduğundan bahsetti. Broadcom bu iddiayı reddetti, ancak talimata uyuyor ve Qualcomm'a yönelik teklifini geri çekiyor.

Birleşme ihtimali zaten zayıftı. CFIUS bu ayın başında Broadcom'a, Qualcomm'un yönetim kurulunun çoğunluğunu görevden almaya ve şirketi 100 milyar doları aşan teklifi konusunda görüşmelere zorlamaya yönelik çalışmalarını 30 gün ertelemesi yönünde talimat verdi. Burada dikkat çeken ABD hükümetinin reddinin hızı ve kapsamı. Genelde CFIUS'in bir işlemi değerlendirmesi aylar sürer ve düzenleyiciler alıcılara işlemlerinin onaylanmasına yönelik imtiyazları kabul etme seçeneği sunarken çoğu zaman perde arkasında gelgitler yaşanır. Soruşturma, 12 Mart'ta CFIUS yetkililerinin olup biteni bir de şirketin tarafından dinlemek için Broadcom yöneticileriyle bir araya gelmesinden yalnızca saatler sonra sonuçlandı.

Broadcom, anlaşmaya defalarca ve beceriksizce siyaset karıştırmaya çalıştı. ABD'ye taşındığı ve yöneticilerinin büyük bölümü ABD'li olduğu için anlaşmanın CFIUS'in yetki alanına girmeyeceğini iddia etti (ve bunda başarısız oldu). Komite, ABD'ye taşınmasını hızlandırmaya yönelik girişimleri konusunda eksiksiz ve doğru bilgi vermediği için Broadcom'u azarladı. 12 Mart'taki toplantının çok kötü geçmiş ve CFIUS'in şirkete öfkesini artırmış olma ihtimali yüksek. Fakat bir diğer ihtimal de Trump yönetiminin zaten kararını vermiş olması.

Broadcom değerlendirmesi, şirket alım-satım ya da birleşmelerinde ortaya çıkan hissedar kavgalarına değil yalnızca koşulları etraflıca belirlenmiş alım tekliflerine bakan CFIUS için bir tür yenilikti. İncelemenin olası ilginç gerekçelerinden biri de taklitçilerin gözünü korkutmak. Teksas'tan Cumhuriyetçi Senatör John Cornyn, ABD Hazine Bakanı Steven Mnuchin'e gönderdiği ve CFIUS'i bu yılın başındaki Broadcom hissedar savaşını incelemeye çağırdığı mektupta bu olasılığı gündeme getirdi. Cornyn, CFIUS'in olaya müdahale etmemesi durumunda diğer yabancı taliplerin de ABD'deki hedef şirketlerin kontrolünü etkin bir şekilde ele geçirirken Komite'nin denetiminden kaçabilmek için hissedar savaşları başlatmak konusunda cesaretleneceğini iddia etti. Ayrıca vergi uzmanı Bob Willens, ABD'de yeniden birleşmenin yabancı şirketler için hiç de zor olmadığını söylüyor. Eğer Broadcom başarılı olabilseydi, diğer şirketler de onun izinden gidebilir ve normal koşullarda CFIUS'in soruşturmasına takılacak devralmaları gerçekleştirmek için ABD ikametgahından faydalanabilirdi.

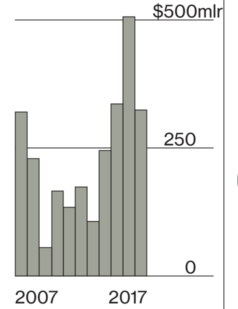
Trump'ın talimatı, CFIUS'in bu endişeleri ciddiye aldığını gösteriyor. Öte yandan Trump Broadcom'un Qualcomm'u satın almasını engellemekle kalmadı; ayrıca bir hissedar savaşı başlatmasının da etkin bir şekilde önüne geçti. Başkanlık emrine göre, Broadcom'un yönetici adayları Qualcomm'un yıllık toplantısında adaylıklarını koymaktan men edilmiş durumda; hem de pek çoğu ABD'li olmasına rağmen.

Bu, CFIUS'in yetki alanını yasal olarak ortak teşebbüsleri, azınlık hisselerini ve askeri üslerin yakınlarındaki gayrimenkul alım-satımlarını kapsayacak şekilde genişletecek olan ve geçen yıl Kongre gündemine taşınan düzenlemeye ivme kazandırıldığının açık bir kanıtı. Teklif, Çin'in teknolojik marifetlerini güçlendirmek amacıyla yabancı ülkelerdeki şirket alımlarına yönelik hamlesine dair endişeler sonucunda doğdu. Fakat CFIUS açısından asıl sorun, Broadcom'un gücünü milliyetinden ziyade Singapur'daki nüfuzundan ve iş modelinden almasıydı. Bu da CFIUS'in yetki alanının çok daha kapsamlı bir etkiye sahip olması gerektiğini gösteriyor.

Komite'nin belirtilen başlıca endişesi, Broadcom'un Qualcomm'un Ar-Ge harcamalarını ciddi ölçüde azaltarak Çinli Huawei Technologies Co.'ya 5G teknolojisinde daha hızlı veri bağlantılarını mümkün kılacak rekabet avantajı sağlamasıydı. Bu argümanın gerekçeleri tartışılır ve işin içine ulusal güvenliğin girmesi de sıkıntılı bir durum. Broadcom'un en baştan Qualcomm'u istemesinin başlıca sebebi 5G teknolojisinde avantaj kazanmak, bu yüzden şirketin yatırımlar konusunda cimrilik etme ihtimali düşük. Broadcom, 2017 mali yılında Ar-Ge'ye 3 milyar dolardan fazla, yani gelirinin yaklaşık yüzde 19'u kadar para harcadı. Bu oldukça ciddi bir rakam, ama yine de gelirinin neredeyse yüzde 25'ine denk gelen 5,5 milyar dolar civarındaki harcamasıyla Qualcomm'un bir hayli altında kalıyor.

Bu ince ayrıntılar bir yana, Broadcom için CFIUS'in eleştirisine ikna edici bir karşılık vermek zordu. Şirket satın alımları ve maliyet kesintileri, iş modelinin temel bir bileşeni ve hissedarlar tarafından el üstünde tutulmasının da asıl sebebi. Eğer Qualcomm için en son verdiği hisse başına 79 dolarlık (yani borçlar da dahil olmak üzere yaklaşık 100 milyar dolar) teklifi kabul edilseydi, Broadcom "yatırım yapılabilir" notunu koruyabilme planına sadık kalabilmek için giderleri azaltmak zorunda kalacaktı. Ayrıca Qualcomm'un lisanslama işini (şirketin Ar-Ge'sini büyük oranda finanse eden, fakat Apple Inc. ile yaşananın da dahil olduğu yasal ▶

● ABD'li şirketlerin yabancı şirketlerle birleşme ve satın almalarının değeri



İLLÜSTRASYON: VOLKAN FURUNCU/GETTY IMAGES, ALAMY. BİRLEŞME VE SATIN ALMA HACMİ RAKAMLARI TAMAMLANMIŞ, BEKLEME YA DA ÖNERİ AŞAMASINDAKİ ANLAŞMALARI KAPSAMAKTADIR. VERİ: BLOOMBERG

◀ anlaşmazlıklardan başını kaldıramayan, çok kârlı bir iş) elden çıkarması gerekebilirdi ya da bunu tercih edebilirdi.

Asıl mesele şu ki; ABD'de ikamet edenlerin de aralarında bulunduğu en kurumsal alıcılar, devralma matematiğinin içinden çıkabilmek için maliyet kesintilerinden ve elden çıkarmalardan faydalanıyor. CFIUS'in bu uygulamayı açıkça kınamasının birleşme ve satın almalar üzerinde kapsamlı ve dondurucu bir etkisi olabilir. Çinli şirketlerin ABD'li şirketleri devralma hızı komitenin geri çevirmesi nedeniyle bir nebze azaldı. Artık tüm yabancı alıcıların, danışmanları "Acaba bütün araştırma kesintileri mi kötü, yoksa sadece 5G teknolojisiyle alakalı olanlar mı?" sorusunun cevabını ararken satın alım faaliyetlerini bekleme moduna almaları gerekecek.

Trump yönetiminin Broadcom meselesine yaklaşımı, başkanın övünerek bahsetmeyi pek sevdiği ABD'de yatırım ve istihdama dair duyuru yapma konusunda yabancı şirketlerin gözünü korkutabilir. Bu, alıcının Trump'ın yurt içindeki ekonomik gündeminden medet umduğu ve CFIUS soruşturmasından başka bir şey kazanamadığı en az üçüncü büyük anlaşma (diğer ikisi ise Canyon Bridge Capital Partners LLC'nin Lattice Semiconductor Corp. için verdiği teklifin engellenmesi ve Ant Financial Services Group'un MoneyGram International Inc.'i satın alma çabasının başarısızlıkla sonuçlanması).

Broadcom Kasım ayında Beyaz Saray'a o ziyareti gerçekleştirdiğinde, hâlâ Brocade Communications Systems Inc. satın alımını tamamlamak için uğraşıyordu. O zamandan beri Broadcom, ABD'ye taşınmasının bu işlemin ilerlemesi için CFIUS ile yaptığı anlaşmanın bir parçası olduğunu açıkladı. Bu da Qualcomm'suz olsa da ABD'ye planlanan taşınmasını tamamlamak zorunda olduğu anlamına geliyor. Anlaşma tarafları ve Trump'ın arkadaşı olmaya özenenler için bir uyarı: "Önce Amerika"yı iyice uç bir noktaya taşıyacak. *—Brooke Sutherland, Bloomberg Gadfly*

SÖZÜN ÖZÜ Trump, Broadcom'un ABD'ye yerleşme planına rağmen Qualcomm'u ele geçirme girişimini engelleyerek ABD'li şirketlerin etrafına duvarlar örüyor.

Kuzey Kore'nin Hayat Çizgisi Çin Sınırında

● BM yaptırımları, sınırdaki madencilik işlerine zarar veriyor. Başkan Trump ile Kim Jong Un arasındaki görüşmelerin faydası olur mu?

Sino-Mining International Ltd.'nin genç görünümlü başkanı Sun Hontago, Çin'in Jilin eyaletindeki Changbai kentinde bulunan boş ve soğuk ofisinde sinirleri bozulmuş bir halde oturuyor. Oturduğu yere 3,5 kilometre mesafedeki Kuzey Kore sınırının öteki tarafında devasa Hyesan Youth Copper Mine bulunuyor. Sun'ın şirketi, zengin rezervlerinden faydalanmak amacıyla madendeki ekipmanı yenilemek için 123 milyon dolardan fazla yatırım yaptı. Fakat 2016'dan beri Kuzey Kore'deki madenleri hedef alan Birleşmiş Milletler (BM) yaptırımları sebebiyle, madende bir yıldan uzun süredir hiçbir faaliyet yok. "Ne yapabiliriz?" diye soruyor Sun ve devam ediyor: "Tüm ekipmanımızı ve yaptığımız yatırımları Kuzey Kore'de bırakıp gidemeyiz."

ABD Başkanı Trump ve Kuzey Kore Devlet Başkanı Kim Jong Un, eşi benzeri görülmemiş bir zirve toplantısı düzenlemeyi düşünüyor. Nükleer silah geliştirdiği için ceza olarak kendisine uygulanan yaptırımların son bulması, Kuzey Kore için önemli bir hedef. Yaptırımların sona ermesi, büyük oranda hareketsiz olan bin 416 kilometrelik Çin-Kuzey Kore sınırını dönüştürebilir. Changbai gibi kentler yeni ve dev bir maden sektörünün baş oyuncuları olabilir. Aynı zamanda tekstil, ayakkabı ve diğer hafif ürünlerin ticaretine de ev sahipliği yaparak Kuzey Kore'nin ekonomik beklentilerini yükseltebilir ve ülkenin dünyaya entegre olmasına katkıda bulunabilirler. Güney Kore'deki Seoul National University'nin Kuzey Kore ekonomisi uzmanı Kim Byung-Yeon, "Bu sınır kentleri, Kuzey Kore ekonomisini besleyen başlıca kanallar" diyor ve ekliyor: "Gelişme potansiyelleri çok büyük."

Changbai şaşırtıcı şekilde sessiz. Kuzey Kore sınırını belirleyen Yalu Nehri'nin kenarındaki yolda ilerleyen birkaç araba var ve kent genel olarak miskin bir his yaratıyor. Sarı-kırmızı bir afiş, Çin'in yoksul komşusunun fotoğraflanmaması ve diğer "provokatif davranışlar" konusunda uyarıyor. Soğuktan korunmak için sıkı sıkı giyinmiş Kuzey Koreli bir asker tarafından göz kulak olunan Kuzey Koreli kadınlar, donmuş nehirde buzu kırarak açtıkları bir delikte çamaşır yıkıyor. Onların gerisinde ise ahşap çitlerle ve kirli yollarla çevrili, tek katlı köhne evleriyle dikkat çeken Hyesan şehri var. ▶

▶ Kadınlar Çin-Kuzey Kore sınırındaki donmuş gölde açtıkları delikte çamaşır yıkıyor

QILAI SHEN/BLOOMBERG



◀ Eskiden sınır ötesi kereste ticareti yapan Li Jianhua, daha iyi durumda görünen yüksek binalara da sadece ön cepheleri Çin'e baktığı için bakım yapıldığını söylüyor. Bir tepede, Kuzey Kore bayrağının dev bir heykeli ve alt kısmında da 1937'de Japonlara karşı kazanılan bir zaferi kutlayan askerlerin birebir kopyaları bulunuyor.

Mart başlarında bir öğleden sonra, nehir üzerindeki 148 metrelik sınır köprüsünden sadece iki kamyon geçiyor. Çinli tüccarlar, BM ve ABD'nin uyguladığı tonla yaptırıma rağmen gıda ithalatının hâlâ serbest olması sayesinde Kuzey Kore'ye muz ve portakal taşıyan ufak, mekanik paletli araçları kullanıyor. Changbai'deki bir dükkanda çalışan kadın, Kim Jong Un'un sevdiği markadan Kuzey Kore sigaralarının yanı sıra Çin'de yasak olan ve kaplan kemiğiyle üretilen içkiden de şişelerce sattıklarını söylüyor. Şehirdeki Çin gümrük idaresinin dışarısında, Korece ve Çince yazıların yer aldığı bir tabela uyarıyor: "Uyarı: Sınırı kaçak olarak geçenlere barınma sağlamak ve çocuk ve kadın kaçakçılığı yapmak kati suretle yasaktır."

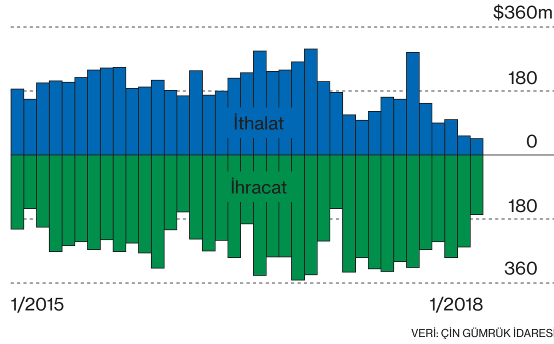
Eski kereste tüccarı, Hyesan'daki nehrin karşı kıyısında işsizlik oranının yüksek ve metamfetamin bağımlılığının da yaygın olduğunu söylüyor. Ekonomist Kim, son yıllarda Kuzey Kore'deki hane halklarının yüzde 90 kadarının çöken devlet ekonomisi içinde, Güney Kore pembe dizilerinin kaçak DVD'lerinden Çin yapımı pilav pişirme makinelerine kadar her şeyi küçük ve gizli pazarlarda alıp satarak ayakta kaldığını söylüyor. Fakat bakır ve demir gibi başlıca madenlerin ihracatının yaptırımlar tarafından kesilmesiyle birlikte, ülkenin döviz rezervleri küçülüyor. "Ekonomi, Çin'le ticareti sayesinde ayakta kalıyor" diyor ve yaptırımların "Kuzey Kore'yi Aşil topuğundan vurduğunu" söylüyor.

10 yıldan kısa süre önce, Kuzey Kore'nin maden endüstrisi gelişim halinde gibi görünüyordu. Ülkenin zengin altın, bakır, çinko, kömür, manyezit ve molibden madenleri (tahmini değeri 6 trilyon dolar) Çin'in büyük şirketlerini cezbetti. CIA Açık Kaynak Merkezi'ne göre; China Minmetals, Liaoning Machinery Group Holding ve Tangshan Iron & Steel Group, madenleri modernleştirme ve daha düzenli enerji tedariki için gereken ekipmana ve altyapıya milyarlarca dolar harcadı. Bu şirketler, devlet şirketi olan Kuzey Koreli ortaklarının nakitten ziyade kaynaklarla nihai ödeme vaadini genelde kabul etti. 2011'e gelindiğinde Çinli şirketler, Kuzey Kore'deki 350'den fazla ortak girişimin üçte ikisini oluşturuyordu ve bunların çoğu madencilik alanında faaliyet gösteriyordu.

Hangzhou, Zhejiang merkezli özel oto parçası devi Wanxiang Group Corp.'un bir parçası ve Sino-Mining'in bağlı olduğu Wanxiang Resources, madencilik faaliyetlerinin başlamasını kutlamak için Kuzey Koreli yetkililerle 2011 Eylül'ünde Hyesan'da bir tören düzenledi. Hyesan, tahminen 250 bin tonluk bir rezervle Kuzey Kore'deki en büyük bakır madeni; Wanxiang Resources, buranın günde 2 bin ton üretim yapmasının ve bunun tamamının Çin'e gönderilmesinin planlandığını açıkladı. Wanxiang Group kurucusu Lu Guanqiu, törenden birkaç ay sonraki bir röportajda, anlaşmanın Kuzey Kore'nin "daha açık bir yapıya büründüğünün" belirtisi olduğunu söyledi. O zamanki baş yatırım sorumlusu John Zhang ise aynı röportajda, "Kuzey Kore bizim için muazzam bir ticari fırsat" dedi.

Yaptırımlar Eski Bir Ortaklığa Yük Oluyor

Çin'in Kuzey Kore'yle aylık ticaret hacmi



VERİ: ÇİN GÜMRÜK İDARESİ

Aralarında bir elektrikli araç, bir de lityum iyon batarya üreticisinin bulunduğu otomotiv sektöründeki onlarca ABD'li şirkete yatırım yapan Wanxiang Group'un, Kuzey Kore'de iş yaptığı için tepki görmekten çekinerek Sino-Mining'deki varlıklarını erkenden sattığını söylüyor Sun. Wanxiang, kısa süre önce bono ihracı için yaptığı başvuruda, Sino-Mining ile "yakın bir aile üyesi" vasıtasıyla hâlâ bağlantısının bulunduğunu ifade ediyor. Sino-Mining'i 2015'ten önce sattığını doğrulayan Wanxiang, madencilik şirketinin şu anki sahipleri hakkında yorum yapamayacağını söylüyor.

Maden ticaretine getirilen resmi kısıtlamadan beri, Sun'ın Changbai'deki çalışanlarının sayısı 60'tan yalnızca ikiye düşürüldü; sigaraları birbiri ardına yakan, gergin bir ofis müdürü ve yardımcısı. Şirketin Şanghay'daki genel merkezinden her ay birkaç günlüğüne ziyarete gelen Sun, "buradaki çalışanlarının iyi olduğundan emin olmak için" geldiğini söylüyor. Masasının üzerinde yöresel bir lezzet olan yenilebilir ağaç mantarıyla dolu beş-altı paket var; bunları hediye olarak Şanghay'a götürecek.

Eğer Trump-Kim görüşmeleri gerçekleşir ve eğer başarılı geçerse (iki devasa "eğer"), Changbai kazanç sağlamak için çok uygun bir konumda olacak. Yerel yetkililer, kısa süre önce yeniden başlatılan maden ticareti için gereken altyapıyı inşa etti bile; bunların arasında sınırın hemen karşısında, madencilik geliştirme şirketlerinin ofis binalarının bulunduğu bir ekonomik bölge de var. Yakınlardaki bir dağın içinden geçen neredeyse 5 kilometre uzunluğundaki bir tünel, şehri bölgedeki otoyol ve demiryolu ağıyla birbirine bağlıyor. Sino-Mining, Hyesan'dan bakır madeni çıkarmaya çabucak başlamak için gereken ekipmanın büyük bölümünü monte etti. Yine de Sun fazla umutlanmıyor. "Kim'in nükleer silahlarından gerçekten vazgeçip vazgeçmeyeceğini bilemeyiz" diyor ve ekliyor: "Şimdilik sadece bekliyorum." *—Michael Smith ve Dandan Li'nin katkılarıyla, Dexter Roberts*

SÖZÜN ÖZÜ Kim ve Trump arasındaki görüşmelerin iyi geçmesi durumunda, Çin'in Kuzey Kore ile sınırında bulunan Changbai kentindeki madencilik, kullanımda olan altyapıyla birlikte yükselişe geçmeye hazır.

"Bu sınır kentleri, Kuzey Kore ekonomisini besleyen başlıca kanallar"

Enerji

Mikro Şebeke

Maria Kasırgası'nın adayı vurmasından altı ay sonra Porto Riko'nun çoğu hâlâ enerjiden yoksun. Alman startup Sonnen ise ülkedeki enerjisiz kalan okullara, kiliselere, sağlık tesislerine ve kamu merkezlerine 10 bin ila 23 bin dolar fiyat aralığındaki enerji depoloma sistemlerini ücretsiz sunuyor. Sonnen ekipmanları, güneş enerjisi ve bataryaları ile enerji ihtiyacını karşılayan binaları birbirine bağlayarak gereken yerde enerji dağıtımını sağlıyor. Şirketin Prescott Valley, Ariz'deki Mandalay Homes ile 2 bin 900 evlik konut projesi, bu yıl tamamlanan kendine has en büyük yapay elektrik santrali olacak. Greentech Media Inc. enerji depolama analistlerinden Brett Simon, "Sonnen gerçekten de çığır açıyor" diye açıklıyor. —*Michael Belfiore*

Nasıl Çalışıyor?



❶ SonnenCommunity ağının her parçası, internet aracılığı ile bağlı olduğu yaklaşık 14 metre uzunluğundaki ve 180 kilo ağırlığındaki SonnenBatterie'de güneş enerjisi depoluyor.

❷ Sonnen'in bulut yazılımı, tüm kullanımı takip ediyor ve enerjiyi fazla olduğu yerden ihtiyacın olduğu yere yönlendiriyor. Sistem aynı zamanda enerjiyi depolayıp yerel elektrik tesislerine de dağıtabiliyor.

Bir Sonnen enerji depolama sistemi 150'den fazla öğrencinin eğitim gördüğü ve Porto Riko'nun ücra bir kasabası olan Orocovis'teki S.U. Matrullas adlı okula enerji veriyor.

Fonlaması

400 çalışanı bulunan Sonnen, 2010 yılında aralarında General Electric Co.'nun yatırım kolunun da bulunduğu yatırımcılardan 121 milyon dolarlık bir fon ile Almanya'nın Wildpoldsried yerel yönetiminde kuruldu.

Özü

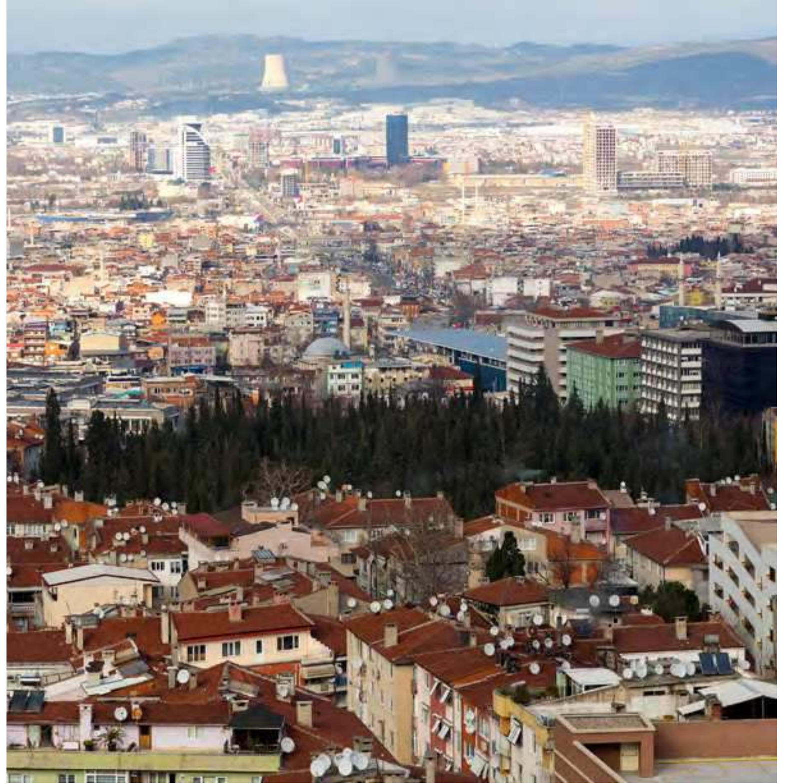
Kurucu ortaklar Christoph Ostermann ve Torsten Stiefenhofer, ilk batarya prototiplerini 2008'de bir konut ısıtma startup'ındaki ortaklıkları sırasında bir ek proje olarak hazırladılar.

İlk Testleri

İlk SonnenCommunity 2016 yılında kuruldu ve Almanya genelinde yaklaşık 10 bin evi birbirine bağladı. Şirket burada bir tesis olarak çalıştığı için müşterileri arasında güneş enerjisi olmayanlar da bulunabiliyor.

Anadolu: Evimizin Direği!

● Üç büyük şehirde son 10 yıllık dönemde yıllık ev satışları ikiye katlanırken, Anadolu'da 209 binden 936 bine çıktı



2017 nüfus sayımına göre Türkiye'nin nüfusu 80 milyon. Bu nüfusun 25 milyonu üç büyük şehirde yaşıyor. Yani her üç kişiden biri İstanbul, Ankara ve İzmir'de hayata tutunmaya çalışıyor. Yaklaşık 55 milyonluk kesim ise Türkiye'nin diğer şehirlerinde, beldelerinde, köylerinde hayatını sürdürüyor. Büyük şehirlerde veya Anadolu'da yaşayanların en büyük hayali ise kendi evlerine sahip olabilmek. 2008 yılından bu yana ev satışına bakıldığında, bu tutkunun Anadolu'da daha ateşli yaşandığı görülüyor. Nitekim İstanbul, Ankara ve İzmir'de konut satışı son 10 yılda ikiye katlandı. 2008'de 217 bin olan bu üç şehirdeki yıllık ev satışı, 2017'de 473 bine ulaştı. Aynı dönemde Anadolu'daki konut satışı ise 209 binden 936 bine fırladı! Özellikle ev ihtiyacı olanların doğal talebiyle büyüyen Anadolu'da satılan konut adedi üç büyük şehri ikiye katlayarak 4,46 kat arttı. Anadolu'nun ev satışında rolünü her geçen sene artırmasıyla Türkiye'de 2008'de satılan her dört konuttan biri İstanbul'dan olurken, 2017'de ancak her altı konuttan biri İstanbul'dan satılır hale geldi. 2017'de Anadolu'da ilk elden konut satışı 500 bine yaklaştı. Birinci el konutun yüzde 75'inin Anadolu pazarında satılması aslında fotoğrafı tasvir etmek için en önemli verilerden.

Gayrimenkul sektörünün patronlarına göre 2018'de de geçen yıl olduğu gibi bir rekor görülmesi işten bile değil. Bu aslında "2018'de 1,5 milyon konut satılır" demek. Ancak son yılın şehirlere göre artış hızına ve halihazırdaki duruma bakıldığında pek de kolay olmayacak gibi duruyor. Nitekim geçtiğimiz yıl Eylül ayına kadar KDV ve damga vergisi muafiyeti, tapu harcı teşvikiyle yaklaşık yüzde 11 indirim söz konusu idi ve konut kredi faizi ise Ocak 2017'de aylık yüzde 0,88 seviyesindeydi. Ancak halihazırda hem devletin teşvikleri yok hem de konut kredisi faizleri 1,40 seviyelerinde seyrediyor. Bu durum özellikle büyük şehirlerdeki tüketiciyi, faizlerde veya ev fiyatlarında düşüş beklentisine itiyor. Arsa maliyetlerinin henüz göze batmadığı Anadolu'da ise uygun fiyatlı konutlar, hele de banka kredisiz seçeneklerle daha kolay satılıyor. Bu hareketliliğe dikkat çeken RE/MAX Türkiye Bölge Direktörü Murat Goldştayn, 2018'de 70'i aşkın bayilik vereceklerini, metropollerin yanı sıra Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri'ni de radarlarına aldıklarını açıkladı. Anadolu'da girişimcilere, giriş bedellerinde yüzde 50 indirim gibi çeşitli ayrıcalıklar sunacaklarını da sözlerine ekledi. Murat Goldştayn, "Son dönemde Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri'nden gelen bayilik taleplerinde önemli bir artış var. Geçtiğimiz günlerde Diyarbakır'da iki yeni franchise verdik. Malatya, Şanlıurfa, Van, Mardin, Elazığ, Kahramanmaraş, Erzincan ve Bingöl odaklandığımız başlıca illerden" diyor. Anadolu'da artan ev satışlarına kayıtsız kalamayan bir diğer Amerikalı kurumsal gayrimenkul danışmanlık markasının Türkiye Ülke Başkanı ise yatırım amaçlı konutlara prim değeri yüksek şehirlerde, yani büyük şehirlerde daha çok rastlandığına dikkat çekerek Goldstayn'a katılıyor. "Dolayısıyla yatırım amaçlı konut talebindeki yavaşlamayı Anadolu pek hissetmiyor, hissetmeyecek. Nitekim hem hane halkının azalması dolayısıyla hem yeni evli çiftlerin eve iki maaş getirmesi sebebiyle hem de Anadolu'dan göçmüş gurbetçilerin döviz kurunun etkisiyle artan alım güçleri sayesinde ev talebi Anadolu'da artıyor. Ayrıca büyük şehirler gibi Anadolu da milli hasıladaki zenginleşmeyi hissediyor" diyor. —*Arif Bayraktar*



▲RE/MAX Türkiye Bölge Direktörü Murat Goldştayn

SÖZÜN ÖZÜ Gayrimenkul sektörüne göre 2018'de de geçen yıl olduğu gibi bir rekor işten bile değil. Bu aslında "2018'de 1,5 milyon konut satılır" demek.

Gençler Eğleniyor Sektör Büyüyor

● Okul dışı eğitim alanında faaliyet gösteren Geleceğin Yıldızları, bu yıl 5 bin çocuğu ağırlamayı planlıyor

Hollywood gençlik filmlerinin vazgeçilmez mekanı olan gençlik kampları, ABD'lilerin son derece alışkın oldukları eğitim ve eğlence merkezleri. Geçmişi 1800'lü yıllara kadar dayanan kampçılık için ABD'de 1910 yılında Kamplar Birliği bile kurulmuş. Ülkede bugün 25 milyar dolarlık bir pazar var ve bu pazarın daha da büyümesi bekleniyor. Türkiye içinse çok yeni bir kavram kampçılık ya da okul dışı eğitim alanları. ABD'den 100 yıl sonra, 2010 yılında kurulmuş Türkiye Kamplar Derneği. Ancak en az ABD'deki pazar kadar hızlı bir büyüme potansiyeli taşıyor. 29 yıldır Türkiye'de gençlik kampları düzenleyen ve bu alanda ülkedeki en büyük özel kuruluş olan Geleceğin Yıldızları da Türkiye'deki pazarla birlikte büyümeyi ve hatta yurt dışına açılmayı hedefliyor.

Türkiye'de çocuk ve gençlere yönelik yaz okulu ya da kampçılık denilince akla öncelikle kamu kuruluşları geliyor. Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın, belediyelerin, vakıf ve derneklerin kampları pazarda bir hayli yer tutuyor. Özel sektör tarafında ise çok fazla oyuncu bulunmuyor. Bu oyunculardan biri olan Geleceğin Yıldızları, şirket ve eğitim kurumları ile yaptığı anlaşmalarla büyüyor. Geleceğin Yıldızları'nın Kurucusu Fahrettin Gözet, "Eğitim kurumları önceleri bu işi yapabileceklerini düşündü. Ancak bu işin farklı bir alan olduğunu anladılar ve şimdi özel sektörler ile birlikte çalışıyorlar" diyor. TED gibi eğitim kurumlarının yanı sıra Acıbadem Hastane Grubu ile de anlaşması bulunuyor şirketin.

Geniş tanımı ile okul dışı eğitim, daha dar tanımla ise kampçılık, özellikle son yıllarda artan bir ilgi ile karşılaşıyor. Zira 21'inci yüzyıl becerileri arasında eleştirel düşünme, işbirliği, yaratıcılık gibi kavramlar da öne çıkıyor. Özel okullarda bu konular üzerinde durulsa da okul dışında da gençlerin sosyal taraflarını güçlendirmek istiyor veliler. Fahrettin Gözet, "Türkiye'de hızlı büyüyecek işlerden bir tanesi. İngiltere'de bir kamp, bir İsviçre bankasını yatırımcı olarak aldı ve büyük bir grup haline geldi. Yılda 400 bin çocuğa ulaştı. Türkiye'de de okullara yatımlar var. Yakın zamanda Türkiye'de de bu alana yatırımcı gelecektir. Bizim de görüştüğümüz yatırımcılar oldu" diyor.

Türkiye'den gelen katılımcıların yanı sıra bugüne kadar 70 ülkeden konuk ağırlayan Geleceğin Yıldızları, bu yıl ise 5 bin çocuğu konuk etmeye hazırlanıyor. Şu anda dokuz kampı bulunan şirket, Ege, Akdeniz



ve Karadeniz'e açılacak yeni kamplarla bu sayıyı 2020 yılına kadar 15'e çıkarmayı hedefliyor. Şirket 2013 yılına kadarsa, Avrupa'da en az iki lokasyonda "Future Stars" adıyla hizmet vermeyi amaçlıyor.

Bugün Türkiye'nin dokuz farklı noktasında kamp alanlarının yanı sıra, İsviçre ve Yunanistan'a kamp için katılımcı gönderen Geleceğin Yıldızları, okulların tatil olduğu her gün için bir program sunuyor. Fahrettin Gözet, "MEB müfredatı 180 gün. 185 gün okula gidilmiyor. Sistemimiz işte bu günleri hedefliyor" diyor. Okul sezonunda hafta sonu programları ile faaliyet gösteren Geleceğin Yıldızları, Beykoz'daki tesiste yüzme, voleybol, basketbol, judo, jimnastik ve dans programları sunuyor. Yarı yıl tatilinde ise İsviçre ve Uludağ'da birer haftalık kayak ve snowboard kampları düzenleyen şirket, Antalya'da da iki haftalık doğa kampı ile faaliyet gösteriyor. Elbette şirketin en yoğun olduğu dönem yaz tatilleri. Kışın dolu, yazın ise daha boş olan oteller ile anlaşarak ve bu tesisleri kampa uygun hale getirerek çalışan şirket, yazın 19 farklı program sunuyor. Yaz gelişim kampı, voleybol, basketbol, film ve bilim, teknoloji, mühendislik, matematik (STEM) kamplarının yanı sıra Kuşadası'nda İngilizce ve Alaçatı'da sörf kampı yaz programlarından birkaçı. Ayrıca çocuğuna eşlik etmek isteyen aileler için aile kampları veya baba-oğul kampları da bulunuyor. Yaklaşık iki hafta süren kampların 4 bin 900 lira gibi bir ücreti bulunuyor. —*Sinan Koparan*

SÖZÜN ÖZÜ Türkiye'de gençlik kaplarına olan ilgi arttıkça bu alandaki en eski kurumlardan bir olan Geleceğin Yıldızları da hızlı bir büyüme ivmesi yakalıyor.



▲Geleceğin Yıldızları Kurucusu Fahrettin Gözet



Tekzen'in Hedefi Pazar Liderliği

● Şirket gelecek beş yılın sonunda yapı market pazarının lideri olmayı hedefliyor

Türkiye yapı market pazarı son 10 yılı oldukça hareketli geçirdi. Pazarın büyümesi bazı yabancı markaların Türkiye'ye gelmesini sağladı. Ama pazara gelen yabancıların bir kısmının başarısız olup çekildikleri de görüldü. Bugün pazarın büyüklüğünün yaklaşık 40 milyar lira olduğu tahmin ediliyor. Bu pazarın önemli bir bölümünü organize olmayan yapı marketleri oluşturuyor. Yani mahalle arasındaki nalburlar hâlâ yapı market pazarının büyük dilimini oluşturuyor. Öyle ki bu büyüklük yüzde 85'i buluyor.

Ama organize olmuş markalar da son yıllarda büyüyen pazarla birlikte pazar paylarını artırmayı başardı. Bu şirketlerden biri de yüzde 100 yerli sermayeli Tekzen. Şirket geçtiğimiz yıl yüzde 20 büyüme gibi iddialı bir büyüme gerçekleştirdi. "Her yıl bu agresif büyüme oranlarıyla yolumuza devam ediyoruz" diyor Tekzen Pazarlama Müdürü Mehmet Cem Kızılkaya ve devam ediyor: "Bu hızlı büyümeden sonra içeri dönüp iş süreçlerimizi organize etmemiz gerekiyor. Burada da belli stratejilere sadık kalıyoruz ve büyümeyi sürdürülebilir kılmaya gayret ediyoruz."

Şirketin bu yıl da yine yüzde 20-21 gibi iddialı bir büyüme hedefi bulunuyor. Yine Tekzen yönetimi bu yıl ciroda 1 milyar lirayı aşmayı planlıyor. Bu noktada şirketin yeni mağaza açarak ülke geneline yayılma stratejisi devam edecek. Tekzen yönetimi bu yıl en az 20 mağaza açmayı hedefliyor ve şirketin bulunduğu il sayısını ise 56'dan 59'a çıkarmayı istiyor. Şirketin her ilde en az bir mağaza bulundurarak bütün Türkiye'ye yayılma gibi bir hedefi var. Elbette bu kolay bir hedef değil. Özellikle de perakende tarafında satış ve kârlılıkların azaldığı bir dönemde. "Pazarda ciddi bir daralma var ve döviz kurları sektörü etkiliyor" diyor Mehmet Cem Kızılkaya ve devam ediyor: "Bu zorlu süreci iyi geçirdiğimiz söyleyebilirim. Ama bu kolay olmuyor; normal zamanda harcadığımız eforun üç, dört katını harcıyoruz. Bu dönemde pazarlama çalışmalarında hız kesmedik, yatırımlara devam ediyoruz. Müşterinin aklına gelen ilk marka olmak için uğraşıyoruz." KDV indirimleri, birçok alanda olduğu gibi yapı marketlerinin de işlerini hareketlendirebilir. Perakende sektörü geçtiğimiz yılki KDV indirimlerinden memnun kalmıştı. "Biz de bütün sektör gibi KDV indirimini bekliyoruz. Durgunluğu sonlandıracak, hem ciroları hem de kâr marjlarını düzeltecek bir gelişme olur" diyor Mehmet Cem Kızılkaya.

Tekzen yalnız yurt içi değil, yurt dışı pazarlarda da büyümek isteyen bir şirket. Bu noktada şirketin açıldığı ülkeler arasında Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (KKTC) ve Romanya bulunuyor. Daha önce Irak deneyimi de olan Tekzen, bu ülkedeki iç savaş nedeniyle pazardan çekilmek zorunda kalmış. Şirketin yurt dışında KKTC'de bir, Romanya'da Bükreş ve Braşov'da birer tane olmak üzere üç mağazası bulunuyor. Tekzen yönetiminin öncelikli hedeflerinden biri KKTC'deki mağaza sayısını artırmak. Yine yeni pazarlar da şirketin radarında bulunuyor. Son olarak İran ile ilgili bir görüşme yaptıklarını belirten Mehmet Cem Kızılkaya, "Henüz burayla ilgili kesinleşen bir durum söz konusu değil. Ama Gürcistan, İran, Irak gibi ülkelerle yakından ilgileniyoruz. Fırsat bulursak buralarda yatırım yapmak isteriz. Ama küresel makroekonomik gelişmeler ve bölgedeki siyasi durumu göz önünde bulundurarak temkinli ilerliyoruz" diyor.

Yeniden yurt içi pazara baktığımızda, Tekzen gibi şirketlerin büyümek için oldukça geniş bir alanları olduğu görülüyor. Zira hâlâ bu pazarın büyük kısmını organize olmayan küçük yapılar oluşturuyor ve bu da organize yapı marketlerinin büyümesi için fırsat sunuyor. Tekzen de bu pazarda rekabet için daha küçük metrekarelerdeki express mağazalarının sayısını artırmayı planlıyor. Bu sayede daha küçük pazarlarda organize olmayan yapı marketlerle rekabet edebilecek. Bugün şirketin 16 express mağazası bulunuyor. "Artık yayılma stratejimizde 5-6 bin metrekarelik büyük ölçekli mağazalar yer almıyor. Daha küçük ölçüde, daha yaygın ve lojistik altyapısı gelişmiş bir yapı olmak istiyoruz" diyor Mehmet Cem Kızılkaya ve devam ediyor: "Express mağazalarımıza kiosklar koyacağız ve müşterilerimiz orada bulamadığı ürünleri online sipariş edebilecek."

Peki, her geçen yıl pazar payını artıran e-ticaret, Tekzen bünyesinde kendine nasıl bir yer buluyor? Online satışların şirketin toplam cirosu içindeki payı yüzde 7'ler seviyesinde. Şirket yönetimi önümüzdeki yıl bu payı kademeli olarak artırmayı planlıyor. Tekzen'in hedefinde ise önümüzdeki dönemde online satışların ciro içindeki payını


▲ Tekzen Pazarlama Müdürü Mehmet Cem Kızılkaya

yüzde 15 seviyesine çekebilmek var.

Tekzen, agresif büyümesini önümüzdeki yıllarda da sürdürmeyi hedefliyor. Daha da önemlisi şirketin hedefi beş yıl sonra pazarın lideri olabilmek. "Pazarı çok iyi biliyoruz ve yaygınlığımız hızla artıyor. Anadolu'da çok iyi bilinen bir markayız. Teknolojimizi geliştiriyoruz. Karar alma süreçlerimiz çok hızlı. Birçok avantajımız var ve pazar lideri olma hedefimizi gerçekleştirebiliriz" diyor Mehmet Cem Kızılkaya. —*Mehmet Erdoğan Elgin*

SÖZÜN ÖZÜ Tekzen yapı market pazarında agresif büyümeyi sürdürmeyi planlıyor ve sektör lideri olmayı hedefliyor.



Radyo Devri Bitmedi

● Radyo hâlâ oldukça popüler, ancak reklam veren şirketler bunun yeteri kadar farkında değil

Başlığı okuduğunuzda "Radyo mu kaldı yahu?" diye sormuş veya "Olsa olsa arabamda dinlerim zaten" diye düşünmüş olabilirsiniz. Belki aşina olduğumuz radyolar artık aile büyüklerimizin evindeki dantel örtünün altında emekliye ayrılmış olabilir. Ancak radyo gibi ses mecraları hâlâ büyük bir önem taşıyor. Peki şirketler bu önemin ne kadar farkında?

Nielsen'in yaptığı araştırmalara ve ölçümlere göre radyo, diğer tüm mecralara kıyasla reklam gelirlerinden en az payı alıyor. Daha net olmak gerekirse tüm reklam gelirinin yüzde 2,4'ü diyebiliriz. "İyi de, radyo gibi kullanım alanı kısıtlı, modası geçmiş bir mecra için bu oran aslında çok bile görünüyor" diye de düşünebilirsiniz. Fakat bu oran Kuzey Amerika'da yüzde 8, Avrupa'da ise yüzde 5 civarında. Yani büyük pazarlar radyo tarafına hâlâ önem veriyorlar. Nielsen Media Research Genel Müdürü Erdem Tolon, bu incelemeye bakıldığında radyonun aldığı payda büyük bir tutarsızlık olduğunu söylüyor. "Bunu çözmek için de bir ölçüm yapılması şarttı" diyor Tolon ve devam ediyor: "Biz 2015 yılında bu alanda yaptığımız ölçümlerde harcamaların 62 milyon lira civarında olduğunu gördük. Ölçümden sonra ise 2017'de 91 milyon liraya ulaştı. Yani iki yılda yüzde 50'lik bir büyüme olduğunu gözlemledik; fakat bu yine de yeterli değil."

Radyo yayıncıları ve ajanslar, reklam harcamalarında yüzde 5'lik Avrupa standardını yakalamayı hedefliyor. Türkiye'de insanlar günde ortalama 186 dakika radyo dinliyor. Fakat "radyo dinlemek" tabirinin açılımı biraz daha geniş. Yani bindiğiniz takside şoförün açtığı, mahallenizdeki bakkalın dinlediği radyo programlarına maruz kalmanız da ölçümün bir parçası olarak sayılıyor. Tolon, araştırmalarının radyonun sadece araçta dinlenmediği sonucunu ön plana çıkardığını söylüyor. "Bu bir bakıma doğru; insanların yüzde 53'ü hâlâ arabada radyo dinliyor" diye anlatıyor Tolon ve ekliyor: "Geri kalanı ise ev ve işyerleri olarak öne çıkıyor."

Araştırmaların işaret ettiği ilginç sonuçlardan birisi de insanların işe giderken ve gelirken arabalarında geçirdiği zamanın dışında, öğlen 12.00 ile 15.00 arasında da radyonun özellikle evlerde yüksek oranda dinlenmesi. "Yani ev hanımları radyo dinliyor diyebiliriz" diye açıklıyor Tolon. Radyoya reklam yatırımı yapan markalar ise bunu tamamen gözden kaçırıyor gibi görünüyor; zira perakende, finans ve otomotiv gibi sektörler bu mecraya reklam verenler arasında en ön sıralarda yer alırken, daha çok ev hanımlarına hitap eden gıda sektörünün sekizinci sırada kaldığı görülüyor. "Gıda sektörü diğer tüm mecralarda reklam harcamalarında neredeyse ilk sırada olmasına rağmen radyo tarafında çok eksik kalıyor" diye özetliyor Tolon.



▲Nielsen Media Research Genel Müdürü Erdem Tolon

Türkiye'de kişi başında düşen yıllık radyo reklam yatırımı 56 sent değerinde. Bu rakam Macaristan'da 5, Fransa'da 12, Avusturya'da 26 dolar civarında. Bu kıyaslamanın Türkiye ortalamasının ne kadar düşük olduğunu gösterdiğini söyleyen Tolon, aslında bunun büyük bir potansiyelin de işaretçisi olduğunu söylüyor.

Nielsen'in yaptığı araştırmalardan çıkan ▶

◀ bir ilginç sonuç ise yeni nesillerin de hâlâ yüksek oranda radyo dinlemesi. 12-24 yaş arasında radyoya erişim yüzde 48 oranında. Bu sayı, 25-34 yaş arasında yüzde 54, 35-44 yaş arasında ise yüzde 55 civarında. Radyoyu en az dinleyenler ise yüzde 45,7'lik oran ile 55 yaş üstü kesim.

Tolon, radyonun erişiminin eskisi gibi yalnızca ses yayını yapan cihazlarla sınırlı kalmadığının da altını çiziyor. Her ne kadar dinlemelerin çoğu FM üzerinden gerçekleşiyor olsa da, televizyon üzerinden yayın yapan radyolar ve dijital radyolar da oldukça büyük bir yükselişte. Buna ilaveten, Spotify ve Fizy gibi platformların yaptığı radyo yayınlarının da dijitalin yükselişine önemli bir pay kattığını anlatıyor Tolon ve başka bir iş ile uğraşırken en kolay tüketilebilecek medyanın sesli medya olduğunu hatırlatıyor: "Mesela evi süpürürken hem elleriniz hem de gözleriniz meşgul, bu nedenle tüketebileceğiniz en iyi içerik de sesli içerik oluyor."

Türkiye'de reklam geliri pastasının en büyük dilimini hâlâ yüzde 52 ile televizyon alıyor ve ülke dinamiklerine göre de bunun kısa dönem içerisinde değişmesi pek olası değil. Televizyonu ise yüzde 25 ile dijital takip ediyor ve ardından da basılı mecralar ile radyo geliyor. Ancak burada da bir değişim başlamış durumda ve 10 yıl içerisinde milenyum doğumlu neslin de tüketime katılması ile dijitale yönelik bir yoğunlaşma olacak gibi görünüyor. Basılı medyada da giderek dijitale kayan bu reklam yatırımları bu mecraları da şekillendiriyor. Tolon, "İçerik olduğu sürece tüm mecralar elbette devam edecek" diyor ve devam ediyor: "Fakat dijital ile diğer iş modelleri birbirinden ayrı tutulmamalı. İçerik nereden geliyorsa oradan besleniliyor, hepsi de aynı çatı altında değerlendiriliyor."

Yine de gelecekte belli platformların daha fazla öne çıkması söz konusu olabilir. Netflix ve YouTube gibi platformların yayıncılık tarafında büyük değişimleri tetiklediğini söyleyen Tolon, Avrupa'da televizyona yönelik reklam yatırımlarının dijitalin gerisinde kalmaya başladığını da hatırlatıyor. Buna ilaveten, belli platformların pek çok mecrada birden servis vereceğini de görmek mümkün olacak. Televizyon tarafının en güçlü yanı olan canlı yayının da artık Facebook ve Twitter gibi platformlardan da yapılması, bu kaymanın en büyük göstergesi.

Nielsen'in yaptığı araştırmalardan çıkan sonuç, Türkiye'de hâlâ yüksek potansiyelli bir reklam alanının varlığına işaret ediyor. Reklam trendleri her ne kadar dijitale kayıyor olsa da, radyoların ulaştığı kesim küçümsenemeyecek kadar fazla. Bu trendleri değerlendirmek de hem radyo sektörüne hem de bu alana doğru reklam yatırımları yapan şirketlerin potansiyel bir kazancı anlamına gelebilir. *—Batuhan Kurnaz*

SÖZÜN ÖZÜ Radyo reklam yatırımları potansiyelinin çok altında; Nielsen'in yaptığı araştırmalardan çıkan ölçümler bunu dengelemeyi amaçlıyor.

Özetle

Ekol, Avrupa'da Intermodal Ağını Genişletiyor Lojistik firması Ekol, yeni tren bağlantılarıyla Avrupa'daki konumunu güçlendiriyor. Sète'den (Fransa) Zeebrugge'ye (Belçika) yeni bir tren bağlantısı kuran Ekol, Sète ile Paris arasında hizmette olan blok treniyle gerçekleştirdiği sefer sayısını da haftada ikiye çıkardı.

Nişantaşı İhalesi'nin Kazananı Eltes İnşaat ve İstlife İş Ortaklığı Oldu Emlak Konut GYO tarafından İstanbul'un en değerli semtlerinden Nişantaşı Teşvikiye'de yer alan Marmara Üniversitesi kampüsü arazisi için gerçekleştirilen ihalenin pazarlık-açık artırma bölümünü içeren ikinci oturumda altı firma teklifte bulundu. 1 milyar 763 milyon 750 bin lira bedelle en yüksek teklifi veren Eltes İnş. Tesisat San. ve Tic. A.Ş. & İstlife Yapı San. Tic. A.Ş. İş Ortaklığı arazinin yeni sahibi oldu. Emlak Konut GYO'ya ödenecek bedel ise 705 milyon 500 bin lira olarak açıklandı.

Garanti Bankası ve TEMA Vakfı Bonus Ormanı'nı Açıyor Garanti Bankası, TEMA Vakfı ile işbirliği kapsamında hayata geçirdiği Bonus Ormanı projesiyle, doğanın korunması ve ağaçlandırmanın önemi konusunda duyarlılık yaratmayı amaçlıyor. Garanti Bankası kredi kartı müşterilerinin ekstrelerini sadece e-posta yoluyla alarak Bonus ormanına katkıda bulunmaları ve doğal varlıkların korunması hedefleniyor.

Teknoloji Ödülleri'ne Başvurular Uzatıldı TÜBİTAK, TTGV ve TÜSİAD tarafından Türkiye'nin teknoloji geliştiren ülkeler arasında yer almasının sağlanması, yenilikçi ürün ve teknolojilerin teşvik edilmesi amacıyla 13'üncü kez düzenlenen Teknoloji Ödülleri'ne başvurular, yoğun talep üzerine 28 Mayıs 2018 tarihine kadar uzatıldı. Ödüllere yenilikçi ürün/süreç geliştirme ve iyileştirme çalışması olan firmalar başvurabiliyor.

Henkel, 2017 Sürdürülebilirlik Raporu'nu Yayınladı Henkel sürdürülebilirlik performansını artırdı. Şirketin 50 binden fazla çalışanı da Henkel'in sürdürülebilirlik elçisi olarak hizmet veriyor. Buna ilaveten şirket, okyanuslardaki plastik atıkların önüne geçmek için de bir işbirliği geliştirdi.

Petroyağ 25'inci Yılını Kutladı 1993 yılında kurulan ve 2014 yılında 15 milyon Euro yatırımla Gebze Organize Sanayi Bölgesindeki fabrikasına taşınan Petroyağ, 25'inci yılını paydaşları ile kutladı. Yeni ürünler ile ihracat miktarını ve ihracat yapılan ülke sayısını da arttırma hedefi içinde olan Petroyağ, yurt dışında bilinirliğini artırmayı hedefliyor.

Yapı Kredi'de Işıklar İklim Değişikliği İçin Kapanıyor Yapı Kredi, ekolojik çeşitlilikten tarımsal üretime pek çok konuyu etkileyen iklim değişikliği ile ilgili farkındalık yaratmak amacıyla dünyanın en büyük çevre hareketi olan Dünya Saati'ne bu yıl da destek verdi. 24 Mart Cumartesi akşamı 20:30 ile 21:30 saatleri arasında Genel Müdürlük binası dahil tam 14 binasıyla güvenlik için zorunlu alanlar haricinde, tüm ışıklarını kapatarak iklim değişikliği konusuna dikkat çekti.

Lenovo'dan İndeks Bilgisayar'a Ödül Bilişim teknolojileri şirketi İndeks Bilgisayar, 2017'yi 156 milyon liralık tarihi bir kârla kapattı. Şirket, teknoloji sektörünün büyük oyuncularından biri olan Lenovo tarafından "2017'nin En Yüksek Ciro Yapan Distribütörü" seçildi.

Ford Otosan'dan Assan Hanil'e Ödül Kibar Holding grup şirketlerinden biri olan ve ana parça tedarikçiliği yapan Assan Hanil, Ford Otosan tarafından düzenlenen İmalatçılar Zirvesi Ödül Töreni'nde "Gümüş Yıldız" ödülünün sahibi oldu.

Serdar Turan

'Kendimizi Daha Yoğun Biçimde Anlatmalıyız'



Türk-Amerikan İş Konseyi Başkanı Mehmet Ali Yalçındağ TAİK'in etkinliğini daha da artırmayı hedefliyor

Türkiye-ABD ilişkileri son dönemde oldukça önemli bir süreçten geçiyor. Gerek askeri, gerek jeopolitik, gerekse ekonomik anlamda uzun zamana dayalı bir müttefiklik ilişkisi içerisinde bulunan iki ülke, Orta Doğu'nun çalkantılı coğrafyasında dengeli bir ilişki kurmayı başarmıştı. Özellikle birkaç yıldır Suriye eksenli olmak üzere test edilen bu ilişkiler, zaman zaman tıkanma noktasına gelmiş gibi görünse de iki taraf hep bir çözüm buldu ve yola devam edildi. ABD'de Donald Trump'ın başkanlığa gelmesi ile birlikte inişli çıkışlı bir grafik izleyen ilişkiler, ABD tarafında yetkililerin sıkça değişmesi, Türkiye'nin Afrin başta olmak üzere kırmızı çizgilerinden taviz vermeyen kararlı tutumu ve dünyada sert esen politik rüzgarlar nedeniyle iki ülkenin çıkarlarının nasıl dengeleneceği sorusu gündemin en üst sıralarında yer alıyor. Özellikle de ABD'nin ekonomik yapı ve ticaret yaklaşımı anlamında koruyucu bir felsefeyi benimsemesi, ülkelerin ilişkilerinde sadece siyasi değil ekonomik boyutun da önem kazanmasına zemin hazırlıyor. Geçtiğimiz haftalarda açıklanan ve çelik sektörünü korumaya yönelik yaklaşım, Türkiye'den bu alanda ihracat yapan oyuncuların işini zorlaştıracak gibi görünüyor. Kısacası birçok başlık ve her başlık arasında hassas dengeler söz konusu.

Bu konular ve daha birçok detay, Türk-Amerikan İş Konseyi (TAİK) Başkanı Mehmet Ali Yalçındağ'ın geçtiğimiz hafta düzenlediği ve dışişleri camiasının değerli isimlerinden emekli diplomat, eski ABD büyükelçimiz Namık Tan'ın da katıldığı sohbet toplantısının ajandasını oluşturuyordu. Washington D.C'den yeni dönen ve ayağının tozuyla bu toplantıyı organize eden Yalçındağ, Türk-ABD ilişkileri açısından oldukça umutlu bir tablo çiziyor.

Öncelikle ticari ilişkiler... Yalçındağ'ın bu ziyaretinin temelinde özellikle çelik alanındaki gelişmeler yer alıyor. ABD Ticaret Bakanlığı ile temaslar gerçekleştirdiklerini belirten Yalçındağ, karşılaştığı tablodan oldukça umutlu. Bu süreçte kritik unsur Türkiye'nin bu gümrük düzenlemelerinden muaf tutulması. Halihazırda Kanada ve Meksika bu muafiyeti elde etti. Yalçındağ, Türkiye'nin iki önemli tezini dile getirdiklerini vurguluyor: Öncelikle Türkiye ile ABD arasındaki ticarete bakıldığında bir denge söz konusu. Yani ABD aleyhine bir açık mevcut değil. Özellikle de Türk Hava Yolları'nın kısa süre önce almak üzere el sıkıştığı ve 7 milyar dolarlık bir hacim ifade eden Boeing uçakları da hesaba katıldığında ABD tarafı ticaret fazlası veriyor. Bu nedenle Türkiye bir tehdit oluşturmuyor. İkinci nokta ise Türkiye'den ABD'ye ihraç edilen çelik ürünlerinin genelde üst düzey ürünler olması ve ABD'nin bunları engellemesi durumunda kendisinin zarar göreceği gerçeği. Yalçındağ, "Sayın Bakanımızın hızlı davranıp bir mektup yazması çok etkili olmuş. Ayrıca Türk Hava Yolları'nın alımı da ciddi bir olumlu hava yaratmış. Bunlar ışığında kendimizi iyi ifade edebildiğimizi düşünüyorum" diyor. Her ne kadar kesin bir söz alınmamış olsa da Yalçındağ, bu süreçten umutlu görünüyor.

Son derece hareketli olan ve siyasi tarafta ön plana çıkan ana konu Afrin. Yalçındağ, ABD ile Türkiye'nin Afrin konusunda aynı sayfaya geldiğini ve sürecin ilerleyen aşamalarında da uzlaşı zemininin oluştuğunu vurguluyor. Türk-ABD ilişkilerini çok yakından bilen emekli büyükelçi Namık Tan da bu görüşe katılıyor. Her ne kadar Dışişleri Bakanı Rex Tillerson'un görevden alınması süreci biraz aksatıyor olsa da hem Yalçındağ hem de Tan, yeni Dışişleri Bakanı Mike Pompeo'nun da bu yaklaşımı sürdüreceğine inanıyor. Pompeo'nun söylem olarak biraz şahin görünse de son derece pragmatik bir bakış açısına sahip olduğu ve Türkiye'nin özellikle İran denkleminde önemli bir unsur olduğunun bilincinde olduğu da bir gerçek. Kısacası Yalçındağ, Başkan Trump'ın Türkiye ile ilişkilerin zedelenmesini istemediğini, bu konuda kurmayları ile bir toplantı yaptığını ve bu toplantının ardından Tillerson ve McMaster'ın mevkidaşları ile görüşerek bir mekanizma oluşturduğunu anlatıyor. Ve Yalçındağ'a göre bu mekanizma işlemeye devam edecek.

Elbette ki gerek ekonomik gerekse siyasi-askeri tarafta ilişkiler bir gecede bozulup bir gecede toparlanamayacak kadar derin ve içiçe geçmiş durumda. Bu noktada gerek lobicilik gerekse imaj anlamında kapsamlı çalışmalar yapılması gerektiği de bir gerçek. Namık Tan, bu işin sadece siyasilere veya hariciyecilere yıkılmaması gerektiğinin ve toplumun her noktasında bu katkının verilmesi gerektiğinin altını çiziyor. Yalçındağ ise bu konuda TAİK'in rolünü daha da artıracaklarını, artık her üç ayda bir ABD ziyaretleri yaparak Türkiye'nin pozisyonunu ve argümanlarını her noktada anlatacaklarını belirtiyor. "Ne kadar fazla kişiye dokunursak kendimizi o kadar doğru anlatırız" diyor Yalçındağ.



Reklam Metnini Unutun. Hadi Birkaç GIF Yapalım

● Reklamcılar, markalı video klipleri Tenor'un arama sonuçlarına yerleştirmek için altı basamaklı meblağları gözden çıkarıyor

Sevgililer Günü'nde popüler GIF arama motoru Tenor'da "aşk" kelimesini arattıysanız, çıkan ilk sonuçlar arasında "Birlikte daha iyiyiz" sloganıyla bir kahve fincanına yaslanan bir tatlı çörek ve üzerinde "Erkeklerden önce çörekler gelir" yazan kalp şeklinde bir tatlı bulunduğunu görmüşsünüzdür. Bunların her ikisi de çoğu insanın aşk anlayışını temsil etmese de, insanların arkadaşlarına göndermesini umduğu GIF'leri hazırlatan ve yayınlatan Dunkin' Donuts'ın ismini akıllara kazıdıkları bir gerçek.

İlk adapte olanlar arasında bulunan Dunkin'in artık eşlikçileri de var. Birkaç ay önce sponsorlu GIF hizmeti sunmaya başladığından beri AT&T, KFC, Nestlé, Nissan, Sprint ve en az 15 marka daha Tenor Inc. ile anlaşma imzaladı. Müşteriler, ayda 300 milyon ziyaretçisi olan Tenor'a hazırladıkları GIF'leri alakalı gördüğü sonuçlarda çıkarması karşılığında genelde 100 bin ila 500 bin dolar ödüyor. Sponsorlu GIF'leri mesajlaşma uygulamalarında paylaşanların sayısı arttıkça fiyatlar da yükseliyor. Tenor'un CEO'su David McIntosh, "Markalar daha önce insanların birbirlerine reklam göndermesini hiç sağlayamamıştı" diyor ve ekliyor: "Bu sanki gazeteden bir Wendy's reklamı kesip arkadaşına yollamak gibi bir şey. İnsanların yaptığı da temelde bu."

Tenor'un neredeyse Twitter kadar kullanıcısı bulunuyor ve bu noktaya çok daha hızlı ulaştı. Dört yaşındaki arama motorunun ilgili uygulaması GIF Keyboard, Samsung Electronics Co.'nun Galaxy akıllı telefonunun son versiyonunda mesajlaşma uygulamasına önceden yüklenmiş oluyor ve diğer

"Bunu kahvaltı kategorisindeki bir pazarlamacıya anlatsanız gözleri parlar"

Bloomberg Businessweek Türkiye

25 Mart 2018

Editör
Jeff Muskus,
Ruhi Sanyer

İLLÜSTRASYON: KURT WOERPEL. KAYNAK: GETTY IMAGES (7)

pek çok popüler mesajlaşma yazılımı için de kullanıma uygun. McIntosh, Tenor'un sponsorlu GIF'leri Samsung versiyonuna bir yıl içinde eklemeyi planladığını belirtiyor.

94 milyar dolarlık dijital reklam sektörü mesajlaşma yazılımına sızmak için aralarında özel emojilerin de bulunduğu başka yollar geliştirmiş olsa da, GIF'ler reklamcıların kendilerini belli bir his ya da kültürel dönem ile bağdaştırmalarına olanak sağlıyor. (Bazen heyecanı ifade etmek için Jonah Hill'in sessizce çığlık attığı ve çılgınca ellerini salladığı bir görüntüden daha iyi bir seçenek olamaz.) Başta bu alanın ilk öncüsü Giphy olmak üzere diğer GIF arama motorları ise web'in ilk günlerinden itibaren bir internet demirbaşı olan "grafik değişim biçimi"nin devasa kitlesinden kazanç sağlamanın farklı yollarını arıyor. Tenor, GIF aramaları için bir reklam platformu yaratanların ilki.

McIntosh, Electronic Arts Inc.'e bir online video oyun startup'ı satmış olan kurucu ortak Erick Hachenburg'la tanıştığında video kliplere yönelik bir arama aracı üzerinde çalışıyordu. Tenor'un hedefinde başından itibaren mobil mesajlaşmanın bulunduğunu söylüyorlar. Ekipleri, Twentieth Century Fox Studios için Taken 3'nin tanıtımını yapacak dikkat çekici GIF'ler hazırladıklarında ticari fırsatı gördü. Tenor'un baş işletme sorumlusu Jason Krebs, "Fast-food restoranlarına elimizde her gün bir GIF'le 'günaydın' diyen milyonlarca insan olduğunu söyleyebiliriz" diyor ve ekliyor: "Bunu kahvaltı kategorisindeki bir pazarlamacıya anlatsanız gözleri parlar." Şirket kâr etmiyor, ama girişim fonundan sağladığı 32 milyon dolar ile ayakta kalıyor.

Tenor yatırımcısı ve Elevation Partners isimli özel sermaye şirketinin kurucusu olan Roger McNamee ise daha büyük düşünüyor. Google ve Facebook Inc. gibi isimler reklamlarını şiddet içerikli görüntüler, nefret söylemi ve viral yalanlardan arındırmaya çalışırken büyük reklam şirketlerinin de yeni alanlar aradığını söylüyor. San Francisco, New York ve Los Angeles'ta 50 çalışanı bulunan Tenor, arama motorundaki saldırgan, yanlış yönlendirici ya da uyumsuz içeriği tespit etmek için algoritmalarla ve yaklaşık 50 yabancı girişimci ile çalıştığını belirtiyor.

Sprint Corp.'un pazarlamadan sorumlu başkan yardımcısı Steve Gaffney, GIF reklamcılığı henüz Tenor müşterilerinin bütçe pastasından minik bir dilim alsa da kendisini kanıtlamaya başladığını söylüyor. Gaffney'in ekibinin Super Bowl için sipariş ettiği ve Evelyn isimli etkileyici bir robotun yer aldığı bir GIF, Tenor'un yanı sıra maç esnasındaki bir reklamda da yayınlandı. Gaffney, arama motorunun beklenen paylaşım sayısını ikiye katladığını ama tam rakamı bilmediğini söylüyor. "Bunun bir test olduğunu, ancak başarılarına bağlı olarak son denemeleri de olmayacağını" ifade ediyor. —*Selina Wang*

SÖZÜN ÖZÜ Twitter'ınkiyle yarışan bir kitlesi bulunan Tenor, GIF arama sonuçlarında daha iyi bir yerleştirme yapması karşılığında reklam dünyasının büyük isimlerini 100 bin ila 500 bin dolar ödemeye ikna etti.

Anlık Mesajlaşma Uygulamalarına Dökülen Milyonlar

● Blockchain altyapısı kullanan mesajlaşma uygulaması, Türkiye'de 5 milyon dolar verebilecek franchise arıyor

Whatsapp, WeChat, Skype, Hangouts ya da Viber gibi anlık mesajlaşma uygulamaları tüm dünyada fırtınalar estiriyor. 2014 yılında Facebook'un 19 milyar dolar para döktüğü Whatsapp satın alımı, en başta birçokları tarafından yüksek bulunmuştu. Anlık mesajlaşma pazarına bugün bakıldığında ise Facebook'un Whatsapp satın alımıyla parasını çarçur etmediği anlaşılıyor.

Juniper Research'ün verilerine göre 2013'te büyüklüğü 55 milyar dolar olan bu pazar, 2018 itibariyle 100 milyar dolar değerlemeye ulaşmış durumda. 2020 yılına kadar ise mesajlaşma pazarının 120 milyar dolara yükseleceği tahmin ediliyor.

Hal böyleyken, teknoloji girişimleri de bu değerli pazara göz dikiyor. Blockchain destekli, çok kanallı mesajlaşma platformu SuchApp, Türkiye pazarına giriyor. 178 ülkede, 16 yerel sürümüyle görücüye

▼SuchApp CEO'su Ronny Shany



çıkan SuchApp'in beş yıl içerisinde dünyada 400 milyonu aşkın aktif kullanıcıya ulaşarak, ilk beş mesajlaşma uygulamasından birisi olması hedefleniyor. 1,5 milyon doları aşan geliştirme yatırımıyla hayat bulan SuchApp'in bu hedefine ulaşması için 40 milyon dolar yatırım yapılacak.

Geçtiğimiz hafta İstanbul'da düzenledikleri toplantıda şirketin CEO'su Ronny Shany, High TV CEO'su Eric Klein ve Dijital Dönüşüm Derneği Başkanı İsmail Hakkı Polat gibi isimler hem SuchApp hem de kripto paralar hakkında sunum yaptı. Toplantı sonrası Bloomberg Businessweek Türkiye'ye konuşan SuchApp CEO'su Shany, ilginin dünya çapında olduğunu söylüyor: "Buraya gelmeden önce aynı etkinliği Avustralya, Kanada ve Güney Afrika'da düzenledik. Hindistan ve Orta Doğu pazarları da tıpkı Türkiye gibi gelecek vadediyor."

Şirket CEO'su Shany ve ekibinin sürekli dünyayı dolaşmalarının sebebi de girmek istedikleri pazarlarda lisanslarını franchise usulü satmak. Aradıkları franchise, yerel dinamikleri iyi bilen ve hukuki prosedürlere de hakim bir ekibi olan bir kişi ya da şirketler. Shany'nin aktardığı bilgilere göre şirket, franchise için 5 milyon dolar talep ediyor. Shany'e, aradıkları franchise'ın Blockchain ya da kripto para dünyasına hakim olmasının bir zorunluluk olup olmadığını soruyoruz. Aldığımız cevap ise oldukça net: "Sadece ticaretten anlayan biri olması yeterli."

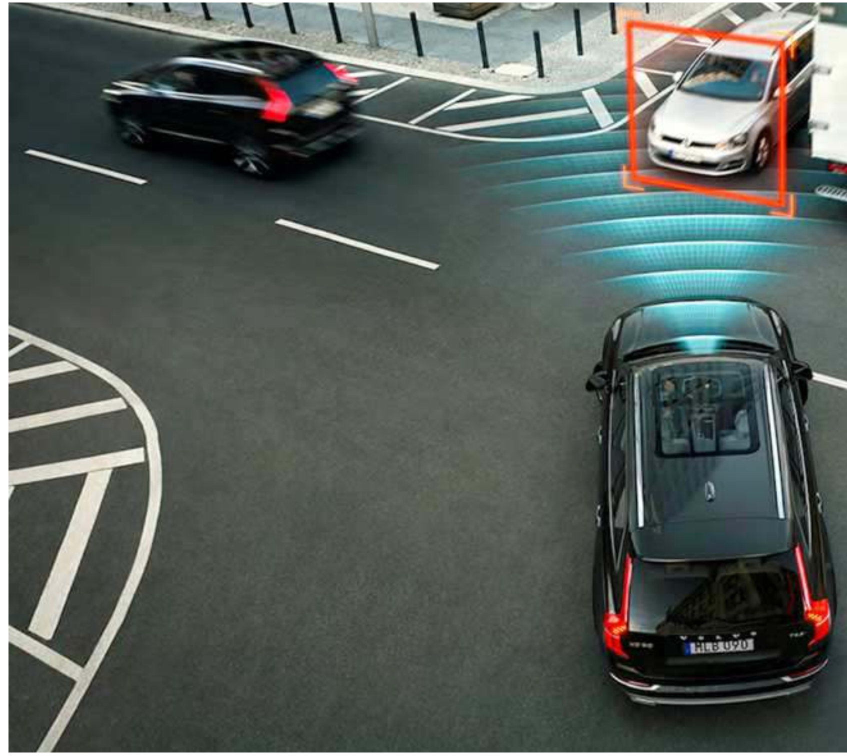
Yeni uygulamayı Türkiye'ye getirmek için heyecanlı olduklarını söyleyen Shany, "Türkiye'de ve dünyanın diğer ülkelerinde blockchain'e olan ilginin arttığı özel bir yerdeyiz; SuchApp'in bu piyasada oldukça önemli bir boşluğu dolduracağına inancımız tam" diye konuşuyor.

Sadece gerçek zamanlı mesajlaşma sağlamayan SuchApp, 4K yayınlı görüntü, ayrıntılı güvenlik, etkin topluluk, iş görüşmeleri gibi yeni ve güçlü özellikleri ile dikkat çekiyor.

Entegre dijital cüzdanda paranın dijital olarak taşınmasına imkân tanıyan SuchApp ile faturalar kolaylıkla ödenirken, finansal varlıklar da sorunsuz bir şekilde yönetiliyor. SuchApp ile herkese ve her yere para gönderimi yapılabiliyor. SuchApp platformunda dijital para ekosisteminde kullanıcılar SPSkoin altında birleşiyor. Şirket tarafından yaratılan bu token, tüm büyük para birimleriyle takas edilebilecek ve ödeme yapma noktasında ulusal kurlara alternatif olacak.

Uygulamayla birlikte, canlı yayın paylaşımı, dört kişiye kadar görüntülü sohbet, tam fonksiyonlu ticari mesajlaşma, pazarlama, müşteri sadakat programları, canlı filtreleme ve görüntü düzeltme, dijital cüzdan ve dijital para, dijital parayı yönetebilmek için ayrıcalıklı debit/gift kartları ve binden fazla etiket kullanılabilecek. —*Alp Börü*

SÖZÜN ÖZÜ Alfa sürümünü Ocak 2018'de piyasaya süren ve franchise'ı için 5 milyon dolar isteyen mesajlaşma uygulaması Suchapp, beta sürümünü ise Ekim ayında görücüye çıkaracak.



Otonom Araçlar Ne Kadar Güvenli?

● ABD'nin Arizona eyaletinde geçtiğimiz hafta meydana gelen ölümlü kaza, otonom araçlarla ilgili güvenlik endişesini yeniden gündeme getirdi. Uber'in otonom aracının karıştığı ilk ölümlü kazadan sonra testler durdu. Otonom araçların insanlardan dikkatli oldukları kesin, ancak insanlığın ne zaman onlara güveneceği bilinmez

Henüz bilim-kurgu filmlerindeki gibi uçan, ancak hiç kaza yapmayan akıllı otomobilleri görmek için çok erken. Ancak yine de otomotiv sektörü "yerden" başlayarak otonom araçlar için çok çalışıyor. Hemen hemen tüm büyük otomotiv üreticileri yarı otonom ve otonom sürüşe sahip araçlar için geliştirmeler yapıyor ve onları tanıtıyor. Bu çok hassas teknolojiyle ilgili algı ise en küçük sorunda bile tekrar başa dönüyor. Bu kez yaşanan ölümlü kaza, işleri oldukça zorlaştıracak. Geçtiğimiz hafta ABD'de meydana gelen ve bir yayanın ölümüne neden olan Uber'in sürücüsüz aracı nedeniyle şirketin tüm sürücüsüz araç testleri durduruldu. Peki otonom araçlar bunu hak ediyor mu?

İstatistikler ne diyor?

İstatistikler otonom araçların bir şansı hak ettiğini



gösteriyor. ABD Ulaştırma İstatistikleri Bürosu'nun paylaştığı rakamlara göre 2016 yılında 5 bin 987 yaya, trafik kazasında hayatını kaybetti. Aynı yıl Arizona eyaletinde 193 yaya trafik kazasında hayatını kaybederken bu ölümlerin 135'i Uber aracının kaza yaptığı Tempe şehrinde ve Phoenix şehrinde meydana geldi. Yani sürücülü araçlar, sürücüsüz araçlardan daha tehlikeli olmayabilir.

Endişeler azalıyor

Anketler her kazanın sürücüsüz araçlara olan güveni düşürdüğünü ortaya koyuyor. Amerikan Otomobil Derneği'nin anketine göre, ülkenin yüzde 63'ü otonom araçlara binmekten korkuyor. Ancak bir taraftan da bir yıl içinde bu oranın yüzde 15 gerilemesi güvenin arttığını gösteriyor. Yine de insanlar hem otonom araçlara binmekten hem de trafikte onlarla karşılaşmaktan çekiniyor.

Korkmak için henüz erken

Uzmanlar otonom araçları eleştirmek için henüz erken olduğunu söylüyor. Çünkü hem otonom araç sayısı hem de kat edilen mesafe, sürücülü araçlarla karşılaştırılabilecek düzeyde değil. Verilerin yetersizliği nedeniyle şimdiden sürücüsüz araçların tehlikeli olup olmadığını söylemek çok zor.

Tek tehlike sürüş değil

Otonom araçların yaygınlaşmasıyla trafik kazalarının yüzde 80 azalması bekleniyor. Ancak sektör bu noktaya geldiğinde farklı tehlikelerin de ortaya çıkacağı söyleniyor. Örneğin yüksek bir güvenlik çözümü olmazsa hacker'ların araçların kontrolünü ele almaları riski ortaya çıkıyor. Araçları fidye karşılığı (ki bunun bitcoin olması bekleniyor) ile sahiplerine geri satılması da senaryolar arasında. Bir hacker'ın yolcu uçağının multimedya sistemine sızarak uçağa yükselme komutu verdiği veya bir başkasının aracın yazılımına girerek kazaya sebep olduğu konuşulanlar arasında. Tüm olumsuz senaryolara rağmen, otonom sürüşün kötülerden daha iyi şeyler getireceği ifade ediliyor.

Sürücüsüz araç nasıl çalışıyor?

- Uber'in Volvo ile geliştirdiği sürücüsüz araç birçok teknolojiyle donatılmış.
- Araçta 360 dereceyi kapsayan bir radar bulunuyor.
- Aracın üzerindeki kamera, yakın ve uzak mesafeyi tarıyor ve araçların frenlerini yoldan geçen yayaları ve trafik ışıklarını gözlüyor.
- Tepede bulunan kamera 360 derece görüntüyü üç boyutlu olarak tarıyor.
- Tavana entegre anten GPS üzerinden aracın pozisyonunu belirliyor ve veri alışverişi yapıyor.
- Araç üzerinde yedi kamera, bir lazer, işlemci ve bilgi depolama ile 360 derecelik radar tarayıcı bulunuyor. —*İlker Pehlivan*





Akıllı Telefonunuzda İlaç Devinin İzi Olabilir

● Alman ilaç devi Merck, cirosunun yüzde 16'luk bölümünü likit kristal üretiminden ve akıllı ekran teknolojisinden sağlıyor

2018 yılında 350'nci yıldönümünü kutlayacak olan Merck Group, dünyanın en eski ilaç ve kimya şirketi. Türkiye'deki tarihi ise 20 yıl gibi yakın bir geçmişe dayanıyor. Merck Group'un tarihsel kökleri, Friedrich Jacob Merck'in 1668 yılında satın aldığı Almanya'nın Darmstadt kentindeki Engel-Apotheke'e (Melek Eczanesi) dayanıyor. Her şey bir eczaneyle başlamış olsa da kurucusunun soyadını alan şirket günümüzde karşılanmamış birçok tıbbi ihtiyaç için ileri teknoloji ile çözümler sunuyor.

Merck kendisini inovatif çözümler sunan bir yaşam bilimleri ve teknoloji şirketi olarak tanımlıyor. Faaliyetlerini sağlık hizmetleri (ilaç), yaşam bilimleri ve performans malzemeleri olmak üzere üç alanda sürdürüyor.

Şirket sadece ilaçta değil aynı zamanda bir teknolojide de lider. Merck likit kristallerde dünyanın pazar ve teknoloji lideri konumunda bulunuyor. Akıllı telefonlar, kavisli TV'ler, tablet bilgisayarlar ve akıllı saatler gibi cihazlarda ileri ekran teknolojisi sağlıyor. Şirket 2000'li yılların başında potansiyel görerek bu alana girmiş. "Kökümüz bilim ve teknolojiye dayanıyor" diyen Merck Türkiye Genel Müdürü Şehram Zayer, inovatif alanlarda öncü olduklarını şu sözlerle dile getiriyor: "Biz teknolojide örneğin televizyon, tablet, cep telefonları gibi ürünlerde LC ekran teknolojisinde tedarikçiyiz. Bu da en teknolojik ürün grubu anlamına geliyor."

Yüksek teknolojili performans ürünleri Almanya, ABD, Japonya, Kore ve Endonezya gibi Uzak Doğu ülkelerinde üretiliyor. Şehram Zayer bunun nedenini ise o ülkelerde LCD teknolojisi üretiminin çok gelişmiş olmasına bağlıyor.

Merck her ne kadar en son teknolojik ürün grubunu da yakın sayılabilecek bir zaman önce faaliyet alanları arasına katmış olsa da bir ilaç devi. Geçen yıl 15 milyar euronun üzerinde gerçekleşen cirosunun yüzde 44'ten fazlasını sağlık hizmetlerinden (ilaç), yüzde 37,5'ini yaşam bilimlerinden, yüzde 16'sını ise performans ürünlerinden (likit kristaller ve akıllı ekran teknolojisi gibi yüksek teknoloji ürünleri) elde etmiş. Şehram Zayer global ölçekte 2006 yılında 5 milyar euro olan cironun 2017 yılında 15 milyar euroya, çalışan sayısının ise 15-20 binden 50 bine ulaştığını anlatıyor. Önemli Ar-Ge çalışmaları sonunda piyasaya çıkarttıkları yeni ürünlerin yanı sıra bazıları milyarlarca euroluk şirket satın almalarının da buna önemli katkısı olmuş. Zayer ilacın toplam ciro içinde en yüksek payı almaya devam edeceğinin de altını çiziyor.

Şirketin yüzde 70'i halen Merck ailesine ait. Yüzde 30'u ise Almanya'da halka açık. Yönetim ise tamamen profesyonellere devredilmiş durumda. Yönetim kurulunda da ailenin temsilcilerinden kimse yok. Ancak yönetim kurulunun üstünde bir Aile Kurulu bulunuyor. Yönetim kurulunun bazı çok önemli kararlarda Aile Kurulu'na danıştığını söyleyen genel müdür Şehram Zayer, "Yönetim kurulunda yoklar ama sorulması gereken bazı konular olabiliyor. Örneğin son 10 yılda 50 milyar euroluk satın alma yaptı şirket. Bunlar için fikirlerinin sorulması doğal" diyor.



▲Merck Türkiye Genel Müdürü Şehram Zayer

Merck ürünlerinin Türkiye'deki tarihi 1950'li yıllara kadar uzansa da şirket olarak kuruluş tarihi 1998. Türkiye'de fertilite, nöroloji, endokrinoloji, metabolizma ve onkoloji ana terapötik alanlarında faaliyet gösteriyor.

Türkiye'de üretim yapan birçok ilaç şirketi aynı zamanda Merck'in kimya bölümünün müşterisi. Yerli ilaç şirketlerinin üretim süreçlerine katkıda bulunuyor, kaliteli üretim ve ihracata yönelik tüm know-how'ını onlarla paylaşıyor. Ayrıca gerektiğinde, biyoteknoloji üretimine geçişle ilgili de know-how desteği veriyor. Biyoteknolojinin zor bir iş olduğunu ve Türk şirketlerinin bu alanlarda yaptıkları yatırımlara A'dan Z'ye çözüm ortağı olduklarını anlatan Zayer, özellikle süreçlerin geliştirilmesinde ve Ar-Ge'de destek olduklarını kaydediyor. Şehram Zayer, "İsteyene ilaç fabrikası bile kurarız" diye konuşuyor.

Merck Türkiye, birçok uluslararası şirketin Türkiye'deki birimleri gibi dünyaya kalifiye insan ihraç ediyor. Zayer'in verdiği bilgiye göre son üç-dört yılda Türkiye ofisinden dünyanın farklı ülkelerindeki yönetim ofislerine 15 üst düzey yönetici transfer edildiğini belirterek "Eski genel müdürümüz şu anda ABD'nin Boston kentinde dünyada yeni işlerden sorumlu başkan yardımcısıdır. Bir arkadaşı iki yıl önce işe almıştım, şimdi Merck'in Orta Avrupa sorumlusu oldu. Başka bir arkadaşımız Polonya'ya genel müdür olarak atandı. Hırvatistan'ın genel müdürü Türkiye'den gitti. Her yıl bölge müdürleriyle toplanıp kimin potansiyelinin ne olduğuna bakarak yetenekleri değerlendiriyoruz" diyor. Gelişmeler bu trendin devam edeceğini de gösteriyor. —*Ruhi Sanyer*

SÖZÜN ÖZÜ Merck sadece ilaçta değil, aynı zamanda likit kristallerde de öncü konumda.

İsmail Hakkı Polat

Dijital Orta Çağ'a Doğru

Facebook üzerinden seçmenleri manipüle ederek Brexit referandumu ve ABD başkanlık seçimlerinin etkilediği iddialarına ilişkin soruşturma, suçlamaların odağındaki Cambridge Analytica şirketini de aşarak Mark Zuckerberg'e kadar uzandı

2008 yılında, Cambridge Üniversitesi'nin Psikometri Merkezi'de çalışmaya başlayan iki doktora öğrencisinin, bireylerin her davranışının, kişiliklerindeki beş yapıtaşı (yeniliklere açıklık, mükemmeliyetçilik, sosyallik, uzlaşmacılık ve kırılganlık) üzerinden çözümlenebileceğini savunan "Büyük Beşli" adlı seksenli yıllardan kalma davranış teorisi üzerinde çalışmalarıyla başlamış. Michal Kosinski ve David Stillwell, söz konusu teoriyi önce, kendi geliştirdikleri MyPersonality adlı bir Facebook kişilik testi uygulaması üzerinden toplayacakları denekler üzerinden çalışmayı planlamış. Ancak denek sayısı milyonlara ulaşıp ellerinde dünyanın en büyük psikometri veri seti oluşunca, rotayı bambaşka bir yöne çevirip o yıllarda Facebook'un yeni denemeye başladığı Beğeni (Like) özelliğinin altın değerinde olduğunu fark etmişler.

Buna göre uygulamanın, ilk adımda herhangi bir Amerikalının verdiği 68 Beğeni üzerinden deri rengi, cinsel yönelimi ve hangi partiye oy vereceğini yüzde 85 doğrulukla ölçebildiğini fark etmişler. Ardından da her Facebook abonesinin davranış özelliklerini 70 Beğeni ile arkadaşından, 150 Beğeni ile ailesinden, 300 Beğeni ile eşinden ve bir miktar daha fazlasında ise kendisinden bile iyi tanımlayabildiklerini!..

Uygulamayı Kosinski'den 'bir şekilde' alan Cambridge Analytica (CA) adlı kuruluşun bu metodolojiyi, önce Nigel Farage'ın Brexit kampanyasında, daha sonra ise ABD seçimlerinde Donald Trump'ın seçim kampanyasında başarıyla kullandığını iddia ediliyor. Kimi psikometri çevreleri ve yorumlarda bunun aksi görüşler ortaya atılsa da, her iki seçimin de, öncesinde yapılan anketlerden çok farklı sonuçlar vermesi, iddiaları belli oranda doğrular nitelikte.



Örnek olarak, Trump'a asla oy vermeyecek Miami'deki siyahlara, onları sandığa gitmekten alıkoyacak Clinton aleyhtarı söylemler üzerinden yaklaştıkları söylemi seçim öncesi Bloomberg yorumlarına da yansımış. O bölgelerdeki katılıma bakılırsa Trump ve şirket hedeflerine ulaşmış.

Her ne kadar CA seçim kampanyalarında süslü reklam cümleleriyle seçmenleri ikna ettiğini savunsa da, Trump kampanyası dahilinde sahte haber üretip yaymak gibi etik-dışı yöntemlerin de kullanılması, kamuoyunda hala tartışılıyor. Tabii bu tartışmalar "hedefe gidilen yolda her şey mubahtır" anlayışındaki siyaset ve ticaret erbabı için bir anlam ifade ediyor mu, bilinmez. Bilinen ise bu aşamadan sonra artık davranış bilimlerinde bilinçaltı, pazar analizinde demografi, reklamcılık ve pazarlamada da yaratıcılığın ön planda olduğu "o eski güzel günleri" yavaş yavaş geride bırakarak Yeni Medya'nın karanlık veri dehlizlerine doğru yol aldığımız."

Bir yıl önce yazdığım bu yazıdaki hikaye, o dönem yeni medyayla kısıtlı bir şekilde, etkisi giderek azalan bir düzlemde tartışıldı. Ancak geçtiğimiz haftadan itibaren konu, ana akım medya üzerinden dünya gündemine oturtuldu. İddiaların odağındaki Cambridge Analytica'yı da aşarak olaydan ikincil derecede sorumlu olması gereken Facebook'a yöneldi eleştiri okları.

Aslında Facebook'un bu kadar tepki çekmesinin altında, firmanın kontrol ettiği 2,5 milyar insanın veri tabanının fütursuzca kullanılması var. Bu olaydan hem birey hem de toplumsal olarak çıkartılması gereken dersler var; Öncelikle birey olarak bu tip sosyal medya platformlarına verdiğimiz bilgilere ("Hangi artiste benziyorsun?" testleri, vs.) bir bilinçli ve sorgulayıcı akılla yaklaşmamız ve buradaki güvenliğimiz bir okur-yazarlıkla sağlamamız gerekli.

Toplumsal olarak, bu tür platformlar üzerinde baskı unsuru olacak ve işini bir veri etiği anlayışı içinde yapmasını sağlayacak sivil toplum yapılarının oluşturulması önemli. Tabii devletlerin bu tür kuruluşlarla ilgili düzenlemeleri teknolojik ilerlemeyi engellemeyecek ancak bu tür "raydan çıkartıcı" riskleri de minimize edecek bir dengede yapmaları lazım. Aslında tüm bunların en köklü çözümü her zaman söylediğimiz gibi, toplumsal eğitim ve okur-yazarlık ama en ilerisinden en geride kalmışına hiçbirinin bu konuda bir modeli yok ve sanırım 21'inci yüzyılda teknolojinin bizi götüreceği yer eninde sonunda bir "Dijital Orta Çağ" olacak gibi.



Akbank Ayrıcalığı Tabana Yayıyor

● Banka, Private Banking ve Yatırım Hizmetlerini tek çatı altında topladı

Şubat ayı başında Sabancı Holding ve Alman enerji devi E.ON'un yüzde 50'şer hisse sahibi olduğu Enerjisa Enerji A.Ş. bünyesindeki dağıtım ve satış birimlerinin yüzde 20 hissesi Ak Yatırım'ın konsorsiyum liderliğinde halka arz edildi. Ak Yatırım halka arzda farklı bir yol izledi; internet ve mobil üzerinden de talep alındı. Akbank Private Banking ve Yatırım Hizmetleri'nden sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Dr. Alp Keler, "Halka arz sürecince 16 bin 700 yatırımcı geldi. Yeni hesaplar açıldı. Talebin yüzde 80'i mobil ve internetten geldi" diyor ve ekliyor: "Hizmeti kolaylaştırdığınızda, dijital hale getirdiğinizde hisse senedine talep yaratabiliyorsunuz."

Dijitalleşme neredeyse tüm sektörlerin iş yapış şekillerini kökten değiştiriyor. Yatırım danışmanlığının ve aracı kurumların da bunun dışında kalması beklenemezdi. Sektör hızla dijitalleşirken bazı kurumlar bu sürece öncülük ediyor. Teknolojiyi kullanarak daha çok yatırımcıya ulaşmayı hedefleyen Akbank, Akbank Private Banking ve Akbank Yatırım Hizmetleri'ni tek yönetim altında birleştiriyor. Banka bu yolla tüm bireysel müşterilerinin varlıklarına "özel bankacılık" anlayışıyla

Bloomberg Businessweek Türkiye

25 Mart 2018

Editör
Ruhi Sanyer

yaklaşacak. Özel bankacılık alanının tecrübeli ismi Akbank Private Banking ve Yatırım Hizmetleri, bu yeni yapıyla 100 milyar liralık bir varlığa dokunuyor. Alp Keler şöyle anlatıyor: "Akbank Yatırım Hizmetleri'ni, Sermaye Piyasası Kurulu'nun tebliğleri paralelinde şekillendirip yatırımcılarımıza finansal çözümler sunabilmek için iştirak şirketlerimiz olan AvivaSa, Ak Portföy, Ak Yatırım'ın gücünü yanımıza alarak kurduk. Müşterilerimiz; Akbank, Ak Portföy ve Ak Yatırım'ın birikimi ve deneyimlerinin sinerjisiyle sunulan Akbank Yatırım Hizmetleri'nin tüm avantajlarına sahipler. Müşterilerimize bu hizmetlere tek bir noktadan ulaşabilecekleri, dijital kanalları daha fazla kullanıp tüm yatırımlarını rahat ve hızlı bir şekilde tamamlayabilecekleri bir hizmet modeli inşa ettik. Böylece, güçlü teknolojik altyapımız sayesinde yalnızca yüksek varlıklı müşterilerimize değil, varlık büyüklüğü ne olursa olsun yatırım yapmak isteyen tüm müşterilerimize ayrıcalıklı bir hizmet sunuyoruz" diyor.

Tek bir çatı altında toplanan her iki birimin ürünleri entegre bir yapı içerisinde müşteriye sunulacak. Bu çatı altında en agresif müşteriye de en korumacı müşteriye de ürün çıkartabiliyor banka. Alp Keler, "Müşterilerimize tüm yatırım ürünlerini içerisine alan bütünsel ve global standartlarda bir platform oluşturduk" diyor. Elbette bu yatırımcı kitlesine tavsiyede bulunabilmek için bankanın müşterisini iyi tanıması gerekiyor. Bu amaçla öncelikle yatırımcının risk algısı ölçülüyor. Daha önceki yatırımları, getiri beklentileri, kayba tahammül sınırı ölçülerek yatırımcı profiline uygun adımlar atılıyor. Alp Keler, "Farklılaşmada yalnızca yatırım ürünlerinin entegrasyonuyla yetinmeyip müşterilerimizin bekledikleri getiriyi, alabilecekleri risk ve vade paralelinde belirlemeye çalışırken her türlü ihtiyacını da karşılayabilecek, profillerine uygun finansal çözümlerin sunulduğu bir platform oluşturduk. Bu modelle müşteri ilişkilerimizi tek kanaldan yönetiyoruz" diyor.

Özel bankacılıkta 17 yıllık bir tecrübeye sahip olan Akbank, 3 milyon lira ve üzeri sermayesi bulunan müşterilerini özel bankacılık kapsamında değerlendiriyor. Peki yeni yapılanma ile birlikte özel bankacılık tecrübesinin diğer yatırımcılara da aktarılması nasıl olacak? Kuşkusuz teknoloji ile... "Tabletten video konferansla bağlanılabilen yatırım danışmanlığı hizmetini, müşteri profiline göre hazırlanmış yatırım tavsiyesi raporları, internet ve mobili kapsayan Akbank Direkt'ten profilini belirleyip yatırım alternatifleri sunan sistemleri bu amaçla kurduk ve çağa uygun, modern altyapılar oluşturduk. Müşterilerimiz şubeye gitmeden yatırım sözleşmelerini mobil ya da internet şubeden hızlıca onaylayarak, hisse senedinden yatırım fonuna birçok yatırım işlemini anında gerçekleştirebiliyorlar" diyor Alp Keler.

Teknoloji özel bankacılık hizmetinden diğer yatırımcı kesimin yararlanmasına olanak sağlasa da, özel bankacılık kişisel danışmanlık tarafında yine farklılık gösteriyor. Zaten SPK'nın da beklentisi bu yönde. Yeni yapıda özel bankacılıktan yararlanan yatırımcılar, yatırımları konusunda kişisel danışmanlık alırken, diğer yatırımcılara daha genel tavsiyelerle gidilecek. Alp Keler, "Bu kadar geniş bir kitleye kişiselleştirip gitmemiz mümkün değil. SPK'nın belirli kuralları var. Genel yatırım tavsiyesi, özel yatırım tavsiyesi diye kriterleri var" diyor. Akbank Private Banking yıl içinde ayrıca Ak Portföy, Ak Yatırım, vergi danışmanlığı, varlık barışı gibi konularda finansal sohbetlerle Akbank Jazz Festivali, Contemporary Istanbul, atölye gezileri ve marka işbirlikleri ile kültür-sanat etkinlikleri düzenliyor.

Akbank bu yeni yapıyla öncelikle müşteri sayısını artırmayı ve daha geniş bir kitleye ulaşmayı hedefliyor kuşkusuz. Alp Keler bu yapının dünya normlarında olduğunu ve Türkiye'den de pek çok kurumun kısa süre içinde benzer bir yapıya geçeceğini tahmin ettiğini belirtiyor. Kuşkusuz bu tip yapılanmalar sermaye piyasalarının genişlemesine ve tabana yayılmasında da etkili oluyor. "Şu anda Türkiye'deki ürüne erişim kolay olsa, yatırımcılar yatırım yapma eğilimindeler. Biz bu bariyerleri kaldırmayı istiyoruz. Sermaye piyasalarının genişlemesi için yaygınlaşması gerekiyor. Bu yapıda bunu hedefliyoruz. Ürün yelpazesini geniş tutuyoruz. Doğru ürünü doğru yatırımcıya ulaştırmak gerekiyor" diyor.

Peki son dönemde üst segment yatırımcı profili nasıl bir yatırım stratejisi izliyor? Artan riskler ve istikrarsız kur, yatırımcıları daha muhafazakar bir strateji izlemeye zorluyor. "Türkiye sermaye piyasaları hak ettiği yerde değil" diyor Alp Keler ve devam ediyor: "Risk priminde son dönemdeki gelişmelerden kaynaklı yükselmeler yaşandı. Yatırımcılar da muhafazakar davranma ve kısa vadede yatırım yapma eğilimindeler. Genel yatırımcı kitlesinde uzun vade yatırımlar azaldı. 'Bekle-gör' dönemindeler. Eskiden altı ay bir yıl gibi vadeler varken şimdi bir ila üç ay arasında yatırım yapılıyor."

Türkiye'nin özel bankacılık ve yatırım danışmanlığı tarafındaki en köklü kuruluşlarından Akbank, Özel Bankacılık ve Yatırım Hizmetleri'ni tek çatı altında toplayarak hizmet tarafında farklılaşmayı ve rekabette daha da öne çıkmayı istiyor. Alp Keler, "Müşterimizin ihtiyaçlarını karşılayabilecek bir platform oluşturacağımızı düşünüyoruz. Her yatırımcımızın varlığı bizim için değerli. Bu atılımla tüm bireysel müşterilerimizin varlıklarına özel bankacılıkta sağladığımız profesyonellikle yaklaşmayı hedefliyoruz. Bunu yapan ilk banka olacağız ve daha da geliştireceğiz" diyor.
—Sinan Koparan

SÖZÜN ÖZÜ Akbank, Akbank Private Banking ve Akbank Yatırım Hizmetleri'ni tek yönetim altında birleştirerek tüm bireysel müşterilerinin varlıklarına "özel bankacılık" anlayışı ile yaklaşacak.



▲ Akbank Private Banking ve Yatırım Hizmetleri'nden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Dr. Alp Keler

"Yalnızca yüksek varlıklı müşterilerimize değil, varlık büyüklüğü ne olursa olsun yatırım yapmak isteyen tüm müşterilerimize ayrıcalıklı bir hizmet sunuyoruz"

Bir Teknoloji Startup'ı Nasıl Büyütülür?

● Hızlı büyüyen Tapu.com, sahanın her yerinden satış kanalına ulaşarak yatırımcısını memnun ediyor

Tapu.com, ilk işlemini Van'daki bir polis memurunun ev alma sürecine aracılık ederek yaptı. 2015 yılında gerçekleşen bu işlemin ardından Tapu.com, her geçen gün daha fazla satışın gerçekleştiği bir platform haline geldi. Değerleme raporlu tapuların, açık artırma yöntemiyle fiyatının oluştuğu pazar yeri olan tapu nokta. com; Hasan Aslanoba, Earlybird, Can Yücaoğlu, Seha İşmen Özgür ve Banu Küçükel'in yatırım yaptığı bir şirket. CEO Emre Erşahin yönetimindeki Tapu.com, geçtiğimiz aylarda gerçekleşen yatırım turunda 1,2 milyon dolar yatırım alarak toplamda 3 milyon dolarlık bir yatırıma ulaşmış oldu. Önümüzdeki aylarda yeniden bir yatırım turuna çıkacak olan startup, yatırımları değerlendirmek için yeni alanların peşinde koşuyor.

Tapu.com, özellikle bankalara ve diğer finans kuruluşlarına odaklanarak hızlı büyüyen bir şirket. Son dönem yeni iş alanları yaratana kadar şirket işlerinin yüzde 85'lik kısmı finansal kuruluşlardan geliyordu. Aslına bakılırsa Tapu.com bu alanda daha çok fırsat görüyor. Emre Erşahin, "Finansal kesime önemli bir kaynak sağlıyoruz. Biz bankacılık sektörüne hiçbir faiz beklentisi olmadan 70 milyon lira kaynak aktardık. Bizim için büyük olsa da bankacılık için küçük bir rakam elbette. Ama bu rakamlar sistemin çalıştığını gösteriyor" diyor ve devam ediyor: "Bankanın elindeki beton ve toprağı nakde dönüştürüyoruz. Bu, bankaların bize tanıdığı bir test alanı. Bankalar 70 milyon değil, 700 milyon liralık portföy verirse, 700 milyon liralık satarız. Biz bankaların tapusunu en kısa sürede nakde çeviren yapıyız." Şu an aktif olarak sekiz bankayla çalışan Tapu.com, toplamda 13 finansal kurumun gayrimenkullerini nakde çevirmiş durumda. Kamu bankaları henüz bu platformda yer almıyor. Ancak Erşahin kamu bankalarıyla da görüşme halinde olduklarının altını çiziyor. Bankalar şirket için hayati öneme sahip. Zira nakde dönüştürmek istedikleri gayrimenkulün sayısı bir hayli fazla. "Bankaların elindeki tapuların ortalaması 100 bin lira olsa, 2 bin 500 adet tapusu olan bir bankanın 250 milyon lira sermayesi betona bağlı kalmış durumda. Bu para bankaya döndüğünde yaklaşık 8,5 katı kredi büyüklüğü ortaya çıkabiliyor. Biz 250 milyon liralık betonu nakde çevirdiğimizde 2 milyar liralık kredi verebiliyor. Üstelik bu kaynak için neredeyse hiç maliyet yok."

Bankalardan alınan iş sayısı artsa da bu, Tapu. com'un beklediği hızda değil. Şirket bu nedenle diğer alanlarda da iş arayışına girdi. Finans için de varlık yönetim ve leasing şirketleri bu anlamda iyi bir kaynak. Ancak Tapu.com daha fazla satıcı için halka açık şirketlere yöneldi. "Bugün artık diğer yollardan ödeme alamayan pek çok şirket, bayi ağlarından tapu ile ödeme kabul ediyor. Bunu gören diğer şirketler tapu ile ödeme kabul eder hale geldi" diyor Emre Erşahin.

Emlak danışmaları da şirketin satıcıları arasında yer alıyor ve büyümeye destek oluyor. Bunun için özellikle satılık malın sahibini temsil kabiliyeti olan danışmanlarla çalışan şirket, emlak danışmalarının da iş hacmini büyütebiliyor. Emre Erşahin, "Normalde reddettikleri işi kabul edebilir hale getiriyor ve işlerini büyütüyoruz. Örneğin İstanbul'daki bir emlak danışmanı, Datça'daki bir arazinin satışına danışmanlık edemez. Ama bizimle çalışarak bu mülklerin satışlarına da aracılık edebilir hale geliyorlar. Bir diğer fırsat, danışmaların kendilerini belli bir fiyat aralığına sokabilmeleri. Bu aralığın dışında kalan işlere aracılık etmezler. Bizimle çalışmaya başlayınca portföyleriyle benzerlik sağlamasa bile mülkün alım-satımına aracılık edebilir hale geliyorlar" diyor.

Bu arada vakıfların elinde yüklü miktarda tapu olduğunu fark ediyor Emre Erşahin. Elbette bunların hepsi satılık değil zira kiraya verilenler de var. "Tapu kadastro kayıtlarına göre 11 bin 300 tapu vakıflara bağışlanmış durumda. Burada bizim için bir fırsat olduğunu söyleyebiliriz" diyor Erşahin ve devam ediyor: "Türk Eğitim Vakfı ile çalışıyoruz, Darüşşafaka'da ilerledik, prensipte anlaştık, sözleşme aşamasındayız. LÖSEV ile çalışıyoruz. Misyonlarına destek olurken işimizi büyüttüğümüz için vakıflardan bir servis bedeli almıyoruz."



▲ tapu.com CEO'su Emre Erşahin

Diğer yandan Tapu.com, bankalarla işbirliğini artırmak için farklı kanalları da zorluyor. Bankalarla müteahhitler arasında yapılan ve konut alıcısının faiz yükünü azaltmayı amaçlayan anlaşmalar da yeni satış kanalı olabiliyor. Bağlı krediler olarak adlandırılan bu krediler için Tapu.com alıcıyı bularak her iki taraf için çözüm oluşturuyor. "Müteahhitle banka anlaşıyor, ama alıcı bulamadıkları zaman ikisi de para kazanamıyor. Daire satılmadığı için banka katkı payını alamıyor. Birinin alıcı getirmesi ve bağlı krediyi çözmesi gerekiyor. Bu işi Tapu.com yapıyor. Bunun finansal sistemde iyi bir değer zinciri olduğunu düşünüyorum" diyor Emre Erşahin. Diğer yandan Tapu.com müteahhitlerle birebir de çalışmak istiyor. Ancak müteahhitlerin indirim yapma konusunda çok istekli olmaması işbirliklerinin önüne geçmiş.

Tapu.com mevcut işbirlikleriyle hızlı bir büyüme performansı ortaya koyuyor. Şirketin bu gidişatından memnun olan yatırımcılar da büyümeyi kaynak sağlayarak destekliyor. Şirket yeniden yatırım arayışına girerken, kaynakların en iyi şekilde değerlendirilmesi için yeni satış kanallarına saldırıyor. 2017'de ortalama aylık 640 bin aktif ziyaretçisi bulunan Tapu.com, bugün için 66 ilde satış bitirmiş durumda. "2017'de bir önceki yıla göre iyi bir büyüme gerçekleştirdik. 2018'in ilk ayları iyi geçti. İşlerimiz yolunda olduğu için bir yatırım turu atalım diyoruz. Kaynakları artırıp, bu sene işleri daha hızlı yapabilmek istiyoruz. Özellikle yurt dışından yatırım almayı planlıyoruz" diyor Emre Erşahin. —*Sinan Koparan*

SÖZÜN ÖZÜ tapu.com yeni satıcılar bularak büyürken, yatırımcılardan gelen yeni kaynak da bu büyümeyi destekliyor.

Atıf Ünaldı

SAP ile Dijital Dönüşüm, Pronet ile Akıllı Ev

Dijital dönüşümde bir kurumun önemini belirlemek konusunda işlem sayısı, cirodan daha iyi bir kriter

Bu hafta oldukça yoğun geçti. SAP Forum'un kamu odaklı Ankara bacağına konuk oldum. Bir tam gün süren organizasyon, ERP sektöründe hatırı sayılır bir pazar payı olan bir markanın ve öncelikle kamu ve devamında güçlü özel sektör müşterilerileri ile büyük bir ekosistemin, neler yapabileceğini görme açısından önemliydi. Hep dijital dönüşümden bahsediyoruz, ancak sektördeki büyük şirketler ve daha önemlisi her seferinde yavaş olduğundan yakındığımız kamu bu konuda neler yapıyor? Bakış noktaları nedir? Bunları incelemek açısından önemliydi.

Öncelikle kamu dijital dönüşümü alanındaki önemini transaction sayısı ile ölçümlüyor. Ben ölçümlemenin önemine çok inanıyorum. Ayrıca iyi veya kötü her ölçümlemenin kurum ve kişileri bulundukları noktadan ne tarafa gitmeleri gerektiği konusunda yönlendiren bir rehber olduğunu düşünüyorum. Bu yüzden bu ölçümlemenin de gerekli olduğunu düşünüyorum. Dijital dönüşümde bir kurumun önemini belirleme noktasında taransaction sayısı bence cirodan daha iyi bir fikir.

Katılımcılar arasında bulunan TOFAŞ, Akfen Holding, Güvenal Gaz, Bereket Enerji, İETT, İGDAŞ, Merih Asansör, Türk Telekom International, Üstünberk Holding, Türkiye İhracatçılar Meclisi ve Türk Kızılayı günlük transaction'ı azımsanamayacak kurumlar.

Organizasyonun içinde bir ara SAP Türkiye Genel Müdürü Uğur Candan ile tanışma ve konuşma imkanı buldum. Uğur Bey ile neredeyse aynı dönemlerde Boğaziçi Üniversitesi'nde olduğumuz için, daha önce tanışmamış olduğumuza şaşırdık.

Uğur Bey'den SAP'nin dijital dönüşüme bakışını sordum. SAP dijital dönüşümü beş ana bacakta topluyor. SAP'ye göre dijital dönüşümün merkezinde dijital çekirdek var; yani bir kurumun hem organizasyonunu hem de operasyonunu dijitalleştirmesi. Daha sonra önem farkı gözetmeksizin müşteri ilişkileri yönetimi, iş ağları, çalışan organizasyonu ve akıllı nesneler geliyor. Uğur Bey'e bunların hangisinin diğerlerinden daha önemli olduğunu sordum. SAP için, dijitalleşme yoluna çıkan bir kurumda bunların hepsi ile aynı anda ve aynı oranda uğraşmak, iyileştirme yapmak gerekiyor. Bazen, eğer bir kurum bunlardan birine başlamış veya başarmışsa, o alanı pas geçebiliyorlarmış.

Tabii bu yolda ilerlerken iki konuyu önemsemek, SAP'nin dikkate aldığı alanlar arasında. Birkaç hafta önce Türk girişimi Cosa'yı yazarken, artık inovasyonda tasarrufa yönelik çalışmalar yapmanın dikkat çektiğine işaret etmeye çalışmıştım. SAP de işte tam bu noktaya parmak basıyor. Bu beş alana çalışırken inovasyon ve yanında sadeleşme ve tasarruf yöntemlerinden bahsetmek gerekiyor.

Ben SAP gibi bir ERP yazılımının yüksek pazar payına rağmen dijitalleşmeyi öncelikleri arasına almasından ve dijital transformasyonu sadece bir-iki yazılım ve hizmet satmaktan daha derin görmesinden çok mutlu oldum.

SAP organizasyonundan sonra biraz uzun bir uçak yolculuğu ile Mersin'e, evime döndüm. Saat sabaha yaklaşmıştı. Bu nedenle evimin kapısını, yeni akıllı ev projem ile açtım. Bültenini ilk okuduğumda Pronet'in yeni akıllı kilit sisteminden çok etkilenmiştim. Apple smart watch ilk çıktığında, otel kapılarını otomatik açacağından bahsediliyordu. Tim Cook bunu daha gerçekleştiremedi ama Pronet bu konuda çok başarılı bir iş çıkarmış. Ürünü evime ilk bağladıklarında ustaya bunu Mersin'de kaç kişinin kullandığını sormuştum. O da hizmetin yeniliğinden bahsederek ilk kullanıcının olduğumu söyledi.

Ancak evimizin temizliğini yapan hanımefendi bile kısa zamanda alıştı. Evin kapısına geldiğinde bana bir mesaj atıyor, kapıyı o anda açabiliyorum. Giriş-çıkış saatlerini net şekilde görebiliyorum.

Hatta geçmişe dönük bir haftalık anahtar faaliyetlerinden haberdar olabiliyorum. Kilit sistemi, manuel olarak çalışabildiği gibi akıllı telefona yüklenen bir yazılım sayesinde de kullanılabiliyor. Bence bundan daha önemlisi yazılımı smart watch üzerinden de kontrol edebiliyor olmamız. Her ne kadar Tim Cook'un saat tanıtımında videoda gösterdiği gibi saat takılıyken kolu tutmak yetmiyor olsa da, bir-iki tık ile kapıyı güvenli bir şekilde açmak mümkün oluyor.

Pronet'in bu hizmetini de Cosa gibi inovatif buluyorum. Pronet kendi altyapısı üzerinden çalıştığı için birçok Nesnelerin İnterneti uygulamasına göre daha güvenli çalışıyor. Tabii uygulamayı çalıştırabilmek için Pronet'in standart sistemine üye olmak gerekiyor. Bunun bir maliyeti var. Ama bu maliyete değer durumun hizmet olduğunu da söylemem gerekiyor.



JOHN NASH'TEN GÜNÜMÜZE BITCOIN'İN TARİHİ

Bitcoin'in geçmişi sanıldığı üzere geçtiğimiz birkaç yıldan ibaret değil

Alp Börü

İnsanların ekonomik davranışları, beklentileri ile alışveriş araçlarının değişmesi ve bunun sonucu olarak da paranın yüzyıllar içerisindeki gelişimi, Mezopotamya'ya kadar uzanıyor. Ticaretin ilk örneklerinin yaşandığı bu coğrafyada, darp edilen fiziksel paranın ilk hali Lidyalılar tarafından kullanılmaya başlanıyor. Her ne kadar Lidyalılardan önce Mezopotamya'da bir sikke basma girişimi yaşansa da, yaygınlaşamayan bu hareket zaman içerisinde başarısızlığa mahkum oldu. Evet, parayı Lidyalılar keşfediyor fakat ona asıl kimliği Efes ve Milet gibi Anadolu'daki İyon Şehir Devletleri kazandırıyor.

Kuşkusuz, paranın darp edilmesi Anadolu'nun ticaretine olumlu yansıyor. Sadece ticaret değil, paranın dönemin propaganda aracı, gazetesi ya da haber ajansı gibi kullanıldığı durumlar da var: Roma döneminde sikkelerin ön yüzüne imparatorun portresi, arka yüzüne ise yaptığı yardımlar, önemli olaylar basılıyor. Aynı şekilde para, medeniyetlerin gelişiminde en önemli sembollerden biri.

Paranın tarihini geniş ve keyifli bir sunumla anlatan Yapı Kredi Vedat Nedim Tör Müzesi Yöneticisi Nihat Tekdemir, aynı zamanda bir arkeolog. Tekdemir'in yaptığı sunum ise salt para tarihinden ibaret değil; Geleceğin Kültürel Kodları adlı etkinliğin bir parçası. Arkeolog Tekdemir, Yapı Kredi'nin Fintech ekosisteminin büyümesi ve kodlamayı geniş kitlelere öğretmeyi hedeflediği Code.YapıKredi programı kapsamında yapılan etkinliğin konuşmacısı.

Teşbihte hata olmazmış: Tekdemir, Eski Çağ'da tutulan muhasebe kayıt defterleri ve tüccarlar arasında imzalanan protokolleri günümüz dünyasının Blockchain'ine benzetiyor. Nitekim etkinliğin bir diğer konuşmacısı olan kriptopara.io Kurucusu Fatih Güner, Tekdemir'in hemen ardından sahneyi devralıyor. Tıpkı paranın tarihinde olduğu gibi, kripto paraların ve Bitcoin'in tarihini detaylı ve heyecanlı bir şekilde anlatan Güner, sözlerine şöyle başlıyor: "Bir şeyin tarihini bilmezsek, onun nereye gideceğini göremeyiz. Kimse tarihiyle ilgilenmiyor. Herkes 'Bitcoin ne olacak?' diye soruyor ama... Bu işin ciddi bir tarihsel süreci var."

Bilhassa son yıllarda iyiden iyiye popülaritesini artıran Bitcoin, sanılanın aksine birkaç senelik bir "projeden" ibaret değil. Bitcoin'in kendisi ilk dijital para da değil. Güner, dijital para fikrinin ilk olarak ünlü matematikçi John Forbes Nash Jr. tarafından ortaya atıldığını hatırlatıyor. "Günümüz ekonomisinin kurucularından Keynes'ten ve Keynesçilerden hiç hoşlanmayan, baştan aşağıya hatalı olduğunu ifade eden ve Keynes'in fikirlerini çöpe atan adam. Keynes ne diyor? Kötü para bile iyi paradan yeğdir. Neredeyse işe yaramayan para, Bitcoin teknolojisiyle kıyaslandığında gerçekten de kötü para."

Hayatı *Akıl Oyunları* filmine de konu olan John Forbes Nash Jr., 1955 yılında "İdeal Para" kavramını ortaya atan dahi bir matematikçi. İdeal Para en basit tabiriyle, paranın artık günümüzde aynı watt ya da ohm gibi bir ölçü birimi olarak ▶

◀ kullanılması. Amaç, parayı global bir birim haline getirmek. Nash'in İdeal Para kavramı, ilk defa Uluslararası Para Fonu (IMF) tarafından pratiğe dökülüyor. 1972 yılında yayınlanan genelge, ülkelerin başka ülkelerde olan bonolarını çekebilmeleri için özel bir para birimi yaratılmasına imkan tanıyor. Yani, günümüz dünyasında sıklıkla konuşulan dağıtık ekonomi, dijital para ya da paranın birleşmesi, daha bu yıllarda konuşuluyor.

Güner, Nash'in Oyun Teorisi'yle beraber Bitcoin'in ilk temellerinin atıldığını söylüyor: "Bitcoin'le ilgili ortaya atılmış tarihselliğin yüzde 95'ine John Nash imza atıyor. Oyun Teorisi sonuç olarak Bitcoin'in üzerine kurulduğu şey."

Öyleyse Bitcoin nedir? Bir değer değişimi. Herhangi bir fiziki otoriteye ihtiyaç duymuyor. Kendini yaratabiliyor ve yönetebiliyor; bir dijital değer aynı zamanda. Güner, sözlerine devam ediyor: "Kripto para tanımını şöyle yapmak istiyoruz: Bugün İstanbul'da kesilecek ağaç kalmayana kadar ev yapılsa, talep olduğu müddetçe evler satılır. Peki, hiçbir yeni evin yapılamayacağı bir durum ortaya çıkarsa, mevcut evlerin değeri artmaz mı? Günde bin 800 Bitcoin darp edilebiliyor. Bugün, 2016'yla 2020 arasında bir blok yaratmanın maliyeti 12,5 Bitcoin. Yani, günde 144 blok yaratılabiliyor. Bir bloğun yaklaşık 250 bin kişiden oluştuğunu biliyoruz. 10 milyondan fazla işlem yapıldığında sistem şişiyor. Aynı zamanda ne oluyor? İşlem sayısı arttıkça Bitcoin'in değeri artıyor. Öyleyse, Bitcoin'in blok zincirini İstanbul gibi düşünün. Buradan arsa almanın bedeli eşittir bir Bitcoin. Bugün bir Bitcoin 9 bin dolarsa, şu anda arz-talep dengesi eşittir 9 bin dolar. Çünkü Bitcoin networkünü ayakta tutan bilgisayarlar elektrik enerjisi harcıyor ve aynı zamanda bu bilgisayarların bir envanter değeri var."

Ünlü matematikçi
John Forbes Nash Jr.



Elbette bu değer, sistemin daha iyi çalışmasını sağlıyor. Kullanıcılar, bin ya da yüz bin dolarlık bilgisayarlarını Bitcoin networkünün daha iyi işlemesi uğruna adeta "bağışlıyor." Güner, mantık çerçevesinde Bitcoin'in hiçbir zaman sıfıra

1983

Cypherpunk'ların kurucusu sayılan David Chaum* 1983 yılında Ecash adında bir makale yayınladı ve dijital paranın temelini attı.

1993

David Chaum'un Ecash'i 10 milyon dolarlık yatırımla Digicash ismiyle şirketleşti. Aynı zamanda ABD'de kullanıma girdi.

1997

Adam Back tarafından Hashcash kuruldu. Bu, Bitcoin madenciliğinin anası sayılabilecek teknolojiyi de beraberinde getirdi. Fikir, istenmeyen e-postaların (spam) engellenmesiyle ortaya çıktı.

1998

ABD, Saint Louis'de bir bankayla ortak şekilde Digicash kullanıldı. Microsoft da Digicash'e destek verdi. Sonra da The Mark Twain Bank, kredi kartı şirketi Mercantile Bank tarafından satın alındı. Bu kredi kartı şirketinin iptal ettiği ilk sözleşme Digicash oldu.

B-Money ortaya çıktı. Bitcoin'in atası sayılan dijital para fikri bu. Aynı zamanda, akıllı kontratlara atıfta bulunuldu: "Bir para sisteminde iki olmazsa olmaz vardır: Bir, değerin bir yerden bir yere transferi. İki, değerin belirli bir tetiklemeyle satışa çıkması."

Bit Gold yaratıldı. Bitcoin'in ilk geliştiricilerinden, babalarından sayılan Nick Szabo'nun işi. Bugünkü Bitcoin yapısının basit bir versiyonu sayılabilir. Akıllı kontratların ilk konsepti çizildi. Double spending** problemini bölümsel olarak çözüldü.

2008

Bitcoin, 2008 krizinden hemen sonra Satoshi Nakamoto tarafından bir kriptografi e-posta listesinde ortaya atıldı.

2009

2009 yılının Ocak ayında ilk Bitcoin transferini Nakamoto gerçekleştirdi.

2010

6 Ağustos 2010'da Bitcoin sisteminde, protokolde bir açık keşfedildi. Bu açık sayesinde 184 milyar tane Bitcoin yaratılıp iki ayrı adrese transfer edildi. Bu açık birkaç saat içerisinde düzeltildi.

Vitalik Buterin, 2010'da Bitcoin Magazine'i yayınladı. Buterin, kripto para piyasasına medyacı olarak adım attı.

* **David Chaum'dan,** "Veri büyüdükçe ortalama kullanıcının sofistike seviyesi düşüyor. Onlara veri gizliliğinin ne olduğunu anlatmak zorlaşıyor" alıntısını yapan Fatih Güner, bugünlerde Bitcoin'e ihtiyaç duyulmasının ana sebebinin ve motivasyonun tamamen veri gizliliğinden kaynaklandığını söylüyor: "Hiç kimsenin Bitcoin'den bahsederken veri gizliliğinden bahsetmemesi beni gerçekten irrite ediyor."

** **Double Spending problemi nedir?**
Bir bankadan başka bir bankaya EFT yapıyorken, talebiniz onaylanıyor. Ancak paranız dijital olarak iki bankanın hesabında birden gözüküyor. Para aynı anda iki yerde duruyor. Bankacılık sisteminin çözemediği problemlerden biri bu. Gece saat 11.59'da EFT sistemi merkezle senkronize hale geldiği zaman tüm bankalarda teke düşüyor o para. Fakat bu senkronize işlemi yapılana dek para iki yerde de gözüküyor. Bit Gold bu problemi kısmen çözüyor ve madenciliğin ilk fikri tohumlarını atıyor.

düşmemesi gerektiğini söylüyor; fakat yine de temkinli yaklaşmakta fayda var: "Ama manipülasyona dayalı bir değer değişim ortamı haline geldiği için ne olacağını henüz hiçbirimiz kestiremiyoruz."

Bitcoin ve türevi kripto paralar, Blockchain adındaki dijital defterde işlem görüyor. Bu defterin herkese açık ve şeffaf bir yapısı var. İşlemleri kontrol eden ya da denetleyen tek bir merkez yok; herkes birbirini izleyebiliyor, her işlem şeffaflık içerisinde gerçekleşiyor. Birbirine bağlanmış yapılar sayesinde sistemin tek başına çökertilmesine imkan yok. Kayıtlar birden fazla yerde tutuluyor. Kayıt yerlerinden birisi kaybolsa bile bilgiler, ağda bulunan diğer kayıt yerlerinde saklanmaya devam ediyor. Bilgilerin kaydedildiği yerler, özel bir şifreleme ile kendinden gelen bir önceki ve sonraki 'block' ile ilişki içinde bulunuyor. Bu durumda zinciri oluşturan halkalardan birisinde bilgi değiştirildiğinde, bu bilgi kendinden önceki kayıtlarla uyumsuz hale geliyor. Bir kaydın değiştirilebilmesi için zinciri oluşturan halkalardan birkaçında değişikliğin onaylanması gerekiyor. Bir yerden çıkan bilgi, karşı tarafa ulaşana ve kodlar eşleşip bu bilgi açığa çıkana kadar kimse tarafından erişilemiyor, yönetilemiyor veya yönlendirilemiyor. B

Cypherpunk Nedir? Kimlerdir?

1989'da ortaya çıkan, veri gizliliğine önem veren kriptografi uzmanlarının yer aldığı grup. Cypherpunk'lar genel olarak kişisel gizliliğin dijital çağda aşırı gerekli olduğunu söylüyor. Manifestoları şöyle:

- Gizlilik sır saklamak değildir.
- Hiçbir söylem yasaklanamaz.
- Açık bir toplumda gizlilik finansal işlemlerde de sağlanmalıdır. Anonim değer transferi mümkün kılınmalıdır.
- Biz kod yazarız. Herhangi bir kurumla ya da devletle çalışmıyoruz.

Cypherpunk Ekibi

Paul Syverson, Wikileaks'in kurucusu Jullian Assange, Bittorent'in kurucusu Bram Cohen, PGP kurucusu Phil Zimmermann, Ecash'in kurucusu David Chaum...

2011

Ödeme aracı olarak Bitcoin'in kullanıldığı, uyuşturucu, silah kaçakçılığı ve bilumum yasadışı ticaretin yapıldığı Silk Road açıldı.

Bitcoin, 2011'de ana akım haline geldi.***

2012

Ekim 2012'de binden fazla satıcı Bitcoin'le ödeme kabul etti. 2012'de Bitcoin Foundation**** kuruldu.

2013

Bitcoin'le ilgili ilk tutuklama gerçekleşti. Silk Road'un kurucusu Ross William Ulbricht tutuklandı.

Coinbase ortalama 22 dolarlık fiyatla tek seferde 1 milyon dolarlık Bitcoin sattı. Bu, Bitcoin'de yapılan en büyük işlem.

2014

160 bin işletme Bitcoin'le işlem kabul etmeye başladı. 744 bin Bitcoin'in hesaplarından çalındığını duyurdu. Microsoft ve Xnyga gibi devler oyun platformlarında Bitcoin kabul etmeye başladı.

2015

Bitcoin Magazine'in kurucusu Vitalik Buterin, Ethereum'u kurdu.

2016

Japonya, Bitcoin'i kabul ettiğini duyurdu. Oyun platformu Steam, Bitcoin'le ödemeleri kabul etmeye başladı.

2017

Bitcoin Cash ortaya çıktı. Bitcoin'in değeri 20 bin doları aştı.

***Cypherpunk'ların kurduğu Wikileaks, iki Reuters muhabirinin sivil oldukları bilinmesine rağmen Amerikan uçakları tarafından vurulduğunu gösteren videoyu ve ilişkili belgeleri yayınlıyor. ABD de buna karşın yaptırım olarak, Visa ve Paypal'a Wikileaks hesaplarını kapatmasını talep ediyor. Assange da karşı hamle de bulunarak "Madem öyle, bize Bitcoin gönderin" diyor. Bitcoin bundan sonra **ana akım** haline geliyor.

****Bitcoin teknoloji olarak merkezsiz olsa da fikri bir merkezi var. **Bu vakfın** 17 kişiden oluşan bir yönetim kurulu, dünya çapında da aktif kod bağışlayıcısı olarak sayılabilecek 3 bine yakın uygulama geliştiricisi var. Bu uygulama geliştiriciler, ortaya attıkları fikirleri ve kodları yine kendi aralarında bir konsensüs oluşturmak suretiyle karar mekanizması haline geliyor. Bitcoin çekirdeğine 3 bin satır kod ekleniyor. Yani, Bitcoin de 2008'de kurulduğu gibi yerinde sayıklamıyor, deviniyor.

ÇANAKKALE KÖPRÜSÜ ‘KUSURSUZ DEPREME’ KAFA TUTACAK

Cumhuriyet’in 100’üncü yılında açılması planlanan 1915 Çanakkale Köprüsü, bir yıl erken hizmete giriyor. Çalışmaların hızlandığı projede bugün bin kişi çalışıyor

Ruhi Sanyer



1915 Çanakkale Köprüsü'nde işler, kule temel betonunun Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan tarafından atılması ve Asya yakası kule ayaklarının yerleşeceği deniz tabanına da ilk kazığın çakılmasıyla hızlanıyor. İki kule arasında 2 bin 23 metrelik açıklıkla, tamamlandığında dünyanın en uzun asma köprüsü unvanını alacak 1915 Çanakkale Köprüsü ve Malkara-Çanakkale Otoyolu; Daelim (Güney Kore)-Limak-SK (Güney Kore)-Yapı Merkezi Ortak Girişimi tarafından inşa ediliyor. Temeli 18 Mart 2017 tarihinde atılan ve Cumhuriyetin 100'üncü yılı olan 2023'ün Ekim ayında tamamlanarak hizmete girmesi hedeflenen Çanakkale Köprüsü'ndeki hızlı çalışma, açılış tarihinin Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın da müjdelediği gibi bir yıl öne, yani 2022 yılının Mart ayına alınmasını beraberinde getiriyor. Ortak Girişim Grubu'nun yap-işlet-devret yöntemiyle hayata geçireceği köprü için kurduğu 1915 Çanakkale Köprüsü ve Otoyolu Köprüsü İnşaat, Yatırım ve İşletme A.Ş.'nin yönetim kurulu başkanı Ebru Özdemir de işlerin 2022 yılının Mart ayında biteceğini belirterek, "Erken bitirmek yap-işlet-devret projelerinde yatırımcının da yararınadır. Çünkü bu durumda işletme süresi uzar" diye konuşuyor. Tören alanında ayak üstü sohbet ettiğimiz bazı Koreli teknik elemanlar ise daha iddialı konuşarak inşaat süresinde üç ay indirim yapıyor ve "45 ayda bitiririz" diyorlar.

Yap-işlet-devret modeliyle ihaleye çıkarılan ve 2017 yılında Daelim-Limak-SK Yapı Merkezi Ortak Girişimi tarafından 16 yıl iki ay 12 gün işletme süresi teklifiyle kazanılan 1915 Çanakkale Köprüsü ve Otoyolu Projesi'nde, 88 kilometre otoyol ve 13 kilometre bağlantı yolu olmak üzere toplam 101 kilometre de yol var. Köprünün toplam uzunluğunun ise 2 bin 23 metre orta açıklık, 770'er metre yan açıklıklar, ayrıca 365 ve 680 metrelik yaklaşım viyadükleriyle beraber 4 bin 68 metre olması öngörülüyor. Ayrıca 333 metrelik kule yüksekliği, Çanakkale Köprüsü'nü dünyanın en yüksek kuleli köprüsü yapıyor. Temeli tam bir yıl önce atılmış. Bugüne kadar projede, köprünün deniz içindeki ayaklarının üzerine oturacağı iki kesonun (pabuç) inşa edileceği kuru havuzlar tamamlanmış, kuru havuz hafriyat çalışmaları bitirilmiş, tasarım çalışmalarında sona yaklaşılmış ve ayakların oturacağı deniz dibi zemininde özel araçlarla tıraşlama ve iyileştirmeler yapılmış.

Ancak 2020 yılının Ocak sonuna kadar bölgeden geçtiğinizde deniz üzerinde çok önemli bir köprü inşaatının sürdürüldüğüne ilişkin bir görüntüyle karşılaşmanız mümkün değil. Çünkü köprünün yüzeye çıkacak ilk bölümü olan kulelerin (ayakların) montajına o tarihte başlanacak. Limak Holding Yönetim Kurulu Başkanı Nihat Özdemir, "İnşaatın yüzde 65'i deniz dibinde. Önce o tamamlanacak, sonra su yüzüne çıkılacak" diyor.

Mühendislik tasarımını Osmangazi Köprüsü'nde de imzası olan Danimarkalı Cowi'nin yaptığı köprünün Asya tarafındaki (güney) ayağının yerleştirileceği yerde deniz derinliği 45 metre, Avrupa tarafında (kuzey) ise 37 metre. Önce deniz dibi taranmış, yani hafriyat yapılmış. Şimdi ayakların basacağı noktaları güçlendirmek için her biri 2,5 metre çapında kazıklar çakılıyor. Asya kule temelinin altına her biri 21 metre uzunluğunda 165, Avrupa kule temelinin altına ise her biri 40-46 metre uzunluğunda 192 tane çelik kazı çakılacak. Kazıkların üzerine ise bir metre kalınlığında mıcır (kırılmış taş) serilecek. Bunun üzerine ise binlerce ton ağırlığında ve yaklaşık bir futbol sahası büyüklüğünde (83x74 metre boyutlarında) iki beton keson (pabuç) yerleştirilecek. Kesonların üzerine de ayaklar monte edilecek.

Güçlendirme kazıklarının üzerine mıcır serilmesinin nedeni ise bu yöntemle depremde sarsıntının sönümlendirilmesi. 1915 Çanakkale Köprüsü ve Otoyolu Köprüsü İnşaat, Yatırım ve İşletme A.Ş. yönetim kurulu başkan yardımcısı Başar Arıoğlu "Deprem olduğunda köprü yerinde kalıyor, zemin oynuyor. Böylelikle depremin yükünün köprüye geçmesini önlüyoruz" diyor ve ekliyor: "Depremde izolatör görevini yapıyor. Çanakkale Köprüsü 2 bin 500 yılda gerçekleşecek çok büyük bir depreme bile dayanacak şekilde tasarlandı. Yani böyle bir depremin ardından minimum hasarla bakımı yapıldıktan sonra hizmete devam edecek."

Ebru Özdemir de "No collapse" kriterine atıfta bulunarak depremde köprünün sallanacağını ancak çökmeyecek şekilde tasarlandığını belirtiyor. "Kusursuz deprem"i atlatacak şekilde inşa edilmekte olan Çanakkale Köprüsü'nün ▶

◀ saatte 288 kilometre hızla esen rüzgara da dayanacağını öğreniyoruz.

Anadolu yakasındaki Lapseki'nin Şekerkaya ile Avrupa tarafındaki Gelibolu'nun Sütlüce mevki arasına yapılacak 1915 Çanakkale Köprüsü ile Asya ve Avrupa denizin üstünden dördüncü kez, toplamda ise yedinci kez birleştirilmiş olacak. Feribotla yaklaşık 30 dakikada geçilen Çanakkale Boğazı'ndaki bekleme süreleri ve yaklaşık bir saat süren seyahat süresi dört dakikaya inmiş olacak. İnşaatın ilerlemesiyle çalışan sayısının 10 bine çıkacağı projeyle birlikte, Marmara ve Ege bölgelerindeki limanların, tüm ulaşım sistemleriyle entegrasyonu da gerçekleştirilmiş olacak.

Ortak Girişim Grubu, bin kişinin yaklaşık bir yıldır çalıştığı projeye bugüne kadar 142 milyon euro harcamış ve toplam harcaması 800 milyon euroya ulaşacak. Son yıllarda bankalar "equity first-önce öz sermaye" prensibiyle fonlama yaptıkları için dış kaynak paketi imzalanmadan çok önce ortaklar para harcamaya başlamışlar. 2,3 milyar euroluk kredi için başta Kore ve Çin olmak üzere Uzak Doğu'ya yönelme kararı alan Ortak Girişim Grubu'nun işi hem projenin verimliliği hem de ortaklar arasında Koreli şirketlerin de bulunması nedeniyle kolaylaşmış.

Limak Holding Yönetim Kurulu Başkanı Nihat Özdemir'in deyişiyle Güney Kore'nin Çanakkale Köprüsü'nü stratejik yatırım kabul etmesi ile birlikte, Koreli ortaklar Daelim ve SK'nın da bastırmasıyla The Export-Import Bank of Korea, The Korea Development Bank ve Ksure'un başını çektiği Koreli finansman grubundan 1 milyar euro kaynak temin edilmiş. Yapılan pazarlıklar sonucunda bu kadar büyük miktarda kredi karşılığında da Güney Kore'den 200 milyon euro gibi çok makul miktarda ithalat yapılması kabul edilmiş. Ardından birkaç yıl önce girdiği Türkiye pazarında fazla kaynak kullandırmamış olan Bank of China ile kredi vermede istekli görünen ICBC'nın kapısı çalınmış. Siemens Bank'ın da katılımıyla kredi paketine 240 milyon euroluk "Çin dilimi" eklenmiş. Kuwait Finance House K.S.C.P, Kuveyt Türk Katılım Bankası ve ICIEC'in de devreye girmesiyle toplam 300 milyon euro İslami finans formülüne dayalı kaynak sağlanmış. Köprünün mühendislik tasarımını yapan Kovi'nin devreye girmesi, bu


Çanakkale Köprüsü'nü inşa etmekte olan konsorsiyumunun Türk tarafının temsilcilerinden Özge Arıoğlu, Başar Arıoğlu, Sezai Bacaksız, Ersin Arıoğlu, Nihat Özdemir ve Ebru Özdemir Güney Koreli iş ortaklarıyla görülüyor.

ülkenin ihracat finansmanı kuruluşu EKF'den de 42 milyon euro kredi getirmiş.

Sonuçta toplam 2 milyar 265 milyon euroluk kredinin yüzde 70'ine tekabül eden 1 milyar 582 milyon euroluk bölümü yabancı bankalardan, yüzde 30'una tekabül eden 683 milyon euroluk bölümü ise Akbank, Finansbank, Garanti Bankası, İş Bankası, Vakıfbank ve Yapı Kredi Bankası'nın yabancı şubeleri tarafından sağlanmış. Kredinin beş yılı geri ödemesiz olmak üzere toplam 15 yıl vadesi bulunuyor.

Özdemir ve Arıoğlu, ilk başta 2 milyar 265 milyon euroluk kredinin yarısını yerli, yarısını yabancı bankalardan sağlamayı planladıklarını, ancak bugün gelinen noktada yabancı bankaların payının yüzde 70'i bulduğunu belirterek "Gelen kredi teklifi 3,6 milyar euroya ulaştı. Bu, Türkiye'ye ve projeye olan güvenin önemli bir göstergesi oldu" diyorlar.

Limak Holding Yönetim Kurulu Başkanı Nihat Özdemir de kredide yabancı bankaların payının beklentilerin ötesine geçmesinde ekibin sıkı çalışmasının yanı sıra Çanakkale Köprüsü'nün önemli bir proje olmasının da yattığını belirtiyor ve ekliyor:

"Dünyada böyle çok fazla proje yok. İyi ve verimli yatırım arayan paranın adresi oldu bu proje. Daelim dünyanın en iyi köprücülerinden biri. Köprüyü birlikte yapıyoruz. Ekiplerimiz, Korelilerle birlikte çalışıp bu alanda uzmanlaşacak. Çanakkale Köprüsü deneyimi, bizi bu alanda da yurt dışına açacak. Uzak Doğu'da Malezya bizim yeni köprüler yapacağımız ülke olabilir. Altyapı yatırımları için büyük paralar harcayacaklar. Afrika'daki büyük nehir geçişleri için köprüler yapabiliriz. Bu projedeki Türk ortağımız Yapı Merkezi de çok önemli bir şirket. Birlikte de gitmek isteriz o ülkelere."

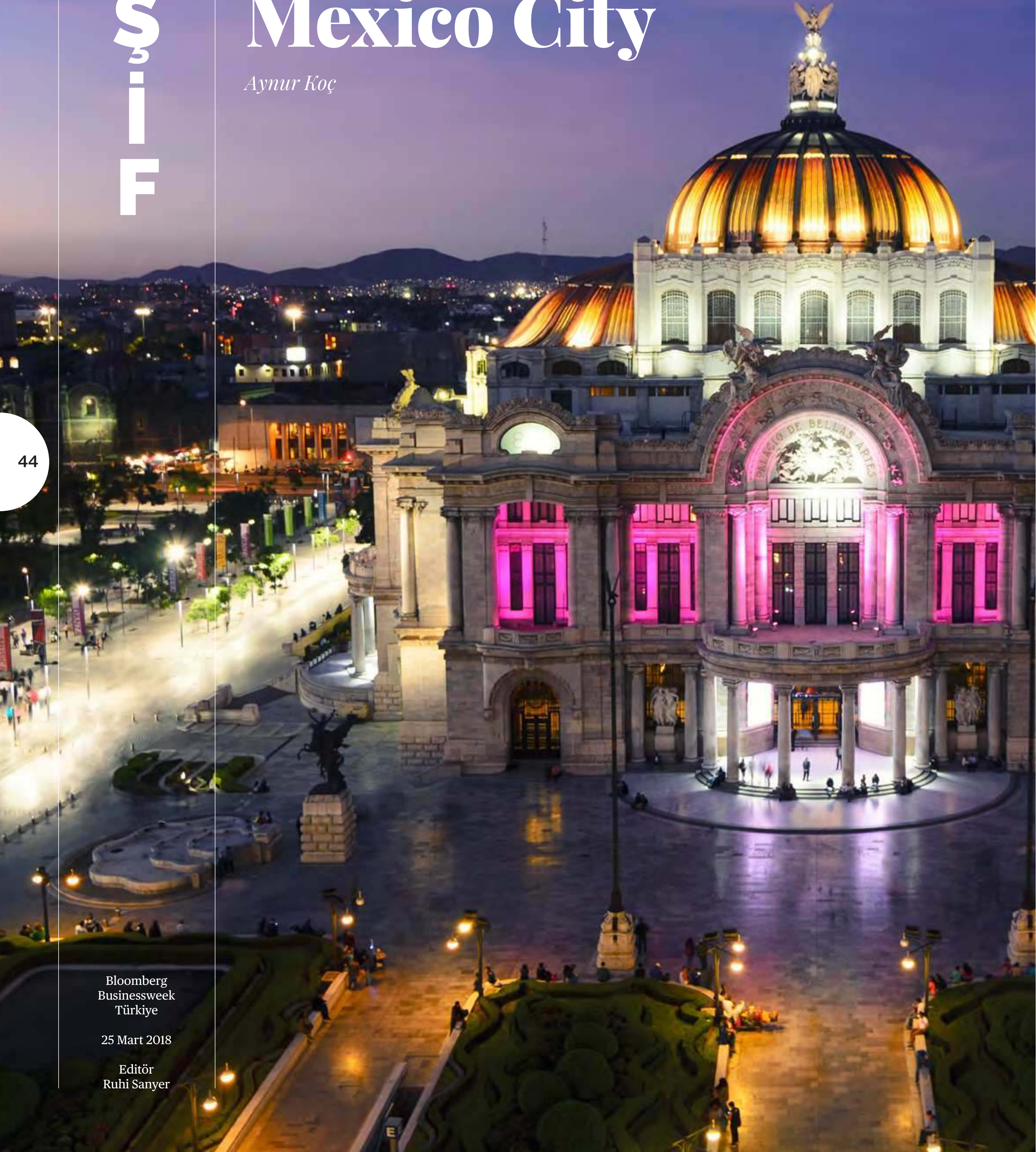
1915 Çanakkale Köprüsü ve Otoyolu İnşaat, Yatırım ve İşletme A.Ş.'nin çok uygun şartlarda büyük miktarda kredi bulmasına ihalede ikinci olan Japonlar inanmamış. Başar Arıoğlu, ilgili birimleri arayıp "Gerçekten krediyi alıyorlar mı?" diye sorduklarını ve "Nasılsa kredi bulamazlar. Bu ihale sonunda bize kalır" beklentisi içine girdiklerini anlatıyor.

Çanakkale Köprüsü'nün geçiş ücreti otomobiller için 15 euro artı yüzde 8 KDV olacak. Devlet günlük geçiş için 45 bin araç garantisi vermiş. Bu sayının altında gerçekleşen günlük geçişlerde aradaki fark devlet tarafından işletmeci şirkete ödenecek. Başar Arıoğlu günlük 45 bin araç geçişine ulaşmanın hayli zaman alacağını düşünüyor. Ebru Özdemir ise daha iyimser: "Trakya bağlantıları tamamlanırsa 45 bin günlük geçişe çok uzak olmayan bir zamanda ulaşırız. Sabiha Gökçen Havalimanı'nı aldığımızda yıllık yolcu sayısı 4,3 milyondu ve 'Kim uçar oradan?' diyorlardı. Hissemizi satıp çıkarken yolcu sayısı 23,6 milyona ulaşmıştı."

Konsorsiyumun Türk tarafı Yapı Merkezi'nin kurucusu Ersin Arıoğlu ile Limak Holding'in kurucuları Nihat Özdemir ve Sezai Bacaksız dev projeyi gerçekleştirecek şirketin yönetimine ikinci kuşaktan Ebru Özdemir, Serdar Bacaksız, Başar Arıoğlu ve Özge Arıoğlu'nu sokmuşlar. Yönetim kurulunda Daelim ve SK'dan da ikişer temsilci bulunuyor. Başar Arıoğlu tüm kararların oy birliğiyle alındığını belirterek "Birbirimizi ikna ederek işimize bakıyoruz" diyor. Ⓑ

Medeniyetlerin Buluştuğu Yer: **Mexico City**

Aynur Koç



Bloomberg Businessweek Türkiye

25 Mart 2018

Editör
Ruhi Sanyer

Bu yazımda gerek kapladığı alan, gerekse yaklaşık 20 milyonu aşan nüfusuyla Tokyo ve Seul'dan sonra dünyanın üçüncü büyük şehri olan Meksika'nın başkenti Mexico City'i anlatacağım. Önce biraz Meksika'yı tanıyalım. Meksika'nın resmi adı Meksika Birleşik Devletleri. Tahmin ettiğiniz gibi idare şeklini Amerika Birleşik Devletleri'nden örnek almış. 32 eyaleti ve her eyaletinin de kendi başkenti var. Mexico eyaletinin başkenti Toluca. Mexico City ise Amerika Birleşik Devletleri'nin başkenti Washington'la eş değer. Meksika ülke olarak geçmişte Azteklerin hazinesine sahip olmak için İspanyollar tarafından en çok yağmalanan ve yerel halkın en büyük kıyıma uğradığı ülke. Günümüzde Meksika halkının yüzde 60'ını Mestizolar (yani Avrupalı, özellikle İspanyol ve yerli karışımı melezler), yüzde 30'unu da Nahuatllar, Mayalar, Zapotekler ve Mikstekler olmak üzere Amerikan yerlileri oluşturuyor. Resmi dil İspanyolca; bunun yanı sıra 59 yerli dilin konuşulduğu söyleniyor. Meksika denince ilk akla gelenler Frida Kahlo, gümüş, Mariachi müziği, Aztekler, Mayalar, piramitler, Cortez, 1968 Yaz Olimpiyatları ve Meksika içkisi tekila olur. Bunların hepsi ile başkent Mexico City'de tanışacağız.

Mexico City'nin İlk Sakinleri

Bu bölgenin ilk halklarından Toltekler, Kolomb öncesi uygarlıklardan birini oluşturuyorlar ve Meksika'daki Aztek öncesi üç kültürden (Mayalar, Toltekler, Olmekler) biri olarak kabul ediliyorlar. Meksika topraklarında ilk insan topluluklarına ait izler, tarihçilere göre yaklaşık 20 bin yıl öncesine gidiyormuş. "Toltek" sözcüğü Nahuatl dilinde "inşaat ustası" anlamına geliyormuş. Hakkında fazla bilgi sahibi olunmayan kadim Amerika uygarlıklarından biri olan Tolteklerin kökeni ve yaşadıkları dönem hakkında çeşitli varsayımlar bulunuyor. Şimdilik en fazla kabul gören varsayım, nereden geldikleri bilinmeyen bu halkın günümüzden 3 bin 300 yıl önce yaşadığı. Arkeologlara göre başkentleri Mexico City'den yaklaşık 80 kilometre uzaklıkta bulunan, Teotihuacan yakınlarındaki Tula. Daha sonra sahneye çıkan ve Meksika'nın kuzeyinden gelen bir halk olan Aztekler, terk edilmiş mükemmel Toltek yapıları ya da kalıntılarıyla karşılaşmışlar. Bugün Meksikalılar kendilerini, bu topraklara 1325 yıllarında gelen Azteklerin torunları sayıyorlar.

Mexico City, zamanında büyük bir gölle kaplı bir vadiymiş ve Aztekler de buraya gelip yerleşmişler. Bugünkü Mexico City şehrinin çekirdek hali işte bu gölün üstünde var olan ada ve çekirdek halkı da bu adaya yerleşebilmiş olan Aztek halkı. Aztekler o zamanlar buraya, kahinleri olan Tenoch'un "Kartalla yılanın birleştiği yere gitmeniz gerek" emrini aldığı rüya üzerine gelmişler. Hikayeye göre Aztekler, bu adada ağzında yılan tutan bir kartalı görünce "İşte bizim yer burası" deyip yerleşmişler. Şehrin adını da bu kahine izafeten "Tenochtitlan" koymuşlar. Bugünkü Meksika bayrağının ortasında bulunan ağzında yılan tutan kartal ise o efsaneden kalma.

Mexico City'de Nereleri Gezmeli?

Azteklerden günümüze kalan kent içindeki yapılar oldukça az. Buna karşın Kristof Kolomb'un heykellerini çoğu yerde görebilirsiniz. Reforma Caddesi üzerindeki altın kaplamalı "Kolomb Heykeli" kentin önemli simgelerinden biri. Kolomb'un İspanyolca adı Cristobal Colon'dur; "kolonileşme" ve "koloni" sözcükleri bu büyük kaşifin adından gelir. Meksika'da her 12 Ekim "Colombus Day" olarak kutlanır. Şehrin önemli binalarından biri de Opera ve Güzel Sanatlar Sarayı. Beyaz mermerden yapılmış bu devasa opera binasının inşaatına 1904 yılında başlanılmış. Orta ve Güney Amerika'nın önemli şehirlerindeki çoğu opera binasının 1890 ile 1910 yılları arasında inşa edildiğini anımsayalım.

Dünyanın en büyük meydanlarından biri olan Mexico City Meydanı'nın ortasındaki direkte dünyanın en büyük bayrağı dalgalanır. Ana meydan etrafında valinin oturduğu hükümet binası olan Palacio Nacional, Katedral ve merkez çarşı yer alıyor. Katedral Metropolitan, Amerika kıtasındaki en büyük ve en eski dini bina. Bir güç ve otorite simgesi olarak, tarihi Aztec kutsal bölgesi üzerine kurulmuş bulunuyor. Yapımına 1573 yılında başlanmış ve tümüyle bitirilmesi tam 240 yıl sürmüş. Rönesans'la başlayan tarz, barokla devam etmiş ve tamamlanmasına kadar neo-klasiğe dönmüş. 19'uncu yüzyıldan itibaren toprağa gömülmeye başladığı tespit edilen katedral, 1962'de büyük bir yangın atlatmış. Bu yangında, katedralde saklanan birçok tarihi yazıt da yok olmuş. 1990'larda tehlikeli bir biçimde eğilen saat kulesinin yıkılmasını ve katedralin elden çıkmasını önlemek için büyük bir proje başlatılmış. Temelinin altına kazılan kanallara beton enjekte edilerek sağlamlaştırılma yapılırken, binanın ve kulelerin düzeltilmesi de sağlanmış. Katedral'in arka tarafında ise 1974 yılında metro kazısı sırasından ortaya çıkan Azteklerden kalan Templo Mayor'un kalıntılarını görürüz. Bu bölge Unesco Dünya Mirası tarafından koruma alınmıştır. Templo Mayor kan içici savaş tanrısı Huitzilopochtli'ye adanmış. Zamanında basamakları bile kafataslarıyla süslü olan mabedin taşları kırmızı renkliymiş. Bu kırmızı rengin kaktüsler üzerinde bulunan Koçiniya adlı parazitten elde edildiği biliniyor. Onların yumurtaları sıkılınca kırmızı bir sıvı çıkıyormuş. Katedralin üzerindeki taşlar da böyle boyanmış. Düşünebiliyor musunuz? 600-700 yıl önce boyanmış taşlar bugün bile rengini koruyor.

Şehrin önemli meydanlarından biri de Plaza de Las Culturas, yani Üç Kültür Meydanı. 1968 yılında devletteki yolsuzluklar ve baskı rejimine karşı halkta huzursuzluk başlayınca özellikle işçiler ve öğrenciler şehrin çeşitli yerlerinde gösteri düzenlerler. Ne var ki 1968 Mexico City Yaz Olimpiyatları yaklaştığı için ortalığı süt limanmış gibi göstermek adına, Devlet Başkanı Gustavo Diaz Ordaz meydanda düzenlenen son mitingi dağıtmak ve bir daha tekrarlanmasını engellemek amacıyla polis tarafından halkın üzerine ateş açılmasını ister. Çok sayıda insan yaralanır ve hayatını kaybeder. Bugün onlar anısına yapılan anıt, turistlere bu acı olayları hatırlatır. Diğer bir önemli yapı Palacio Nacional, yani Hükümet Sarayı. Önceleri binanın yerinde Azteklerin aşırı dindar kralı II. Moctezuma'nın sarayı varmış. İspanyol istilacı General Cortez, Aztek Kralı Moctezuma'nın sarayının yerine kendisine önce bir kale, sonra da saray yaptırmış (1521-1530). Bu bina 1562'de İspanyol Kraliyeti tarafından Cortez Ailesi'nden satın alınmış ve 1820'lerde Meksikalıların bağımsızlıklarını kazanmasına kadar da İspanyol Kraliyetinin atadığı valilere hizmet etmiş. Binanın ön cephesinin uzunluğu 200 metre ve Hidalgo adlı papazın, İspanyollara karşı başlattığı isyanın başlama işaretini verdiği orijinal çanı cephede görüyoruz. Binaya girişte merdivenleri çıkınca sizi ilk karşılayan, Frida Kahlo'nun kocası ressam Diego Rivera tarafından yapılan duvar resimleri oluyor. Duvar resimlerinde 1521'den 1930'lara kadar Azteklerden, İspanyollara, Fransızlara ve sonradan onlara başkaldırıya kadar tüm Meksika tarihi resmedilmiş. Meksika tarihinin önemli şahsiyetleri olan kral Moctezuma, Zapatista, Hidalgo, Juares Benito gibiler yanında Meksika'yı sömürgeleştiren İspanyol Cortez, Karl Marx, Leon Troçki gibi dünya şahsiyetlerinin çoğu duvarlara resmedilmiş. Aztek efsanesi olan ağzında yılanla kartal da var bu resimlerde. Diego bu resimleri 1929-1935 yılları arasında yapmış. Adeta ►

◀ bir müze gezisi gibi bakmaya, incelemeye, görüntülemeye doyamıyorsunuz.

Mexico City'de dünyanın önemli müzeleri arasında yer alan Milli Antropoloji Müzesi'ni de mutlaka ziyaret etmek gerekiyor. Bünyesinde Aztek Güneş Taşı ve 16'ncı yüzyıl Aztek Xochiplli heykelciğini barındırmasıyla ünlü. Girişteki canlandırmada Texcos Gölü'nün tam ortasına ada üzerine kurulmuş başkentin 90 derecelik açılardan 4 yöne nasıl yayıldığını görürüz. Bu müzeyi gezmek Meksika tarihi hakkında onlarca kitap okumaya bedel. Gördüğünüz her eser sizi büyüler. İspanyolların hışmından kurtulmuş hazineyi gördüğünüzde sevinir, yapılan katliamı görünce üzülürsünüz.

Mexico City'de Osmanlı'nın izini görmek de olası. Meksika, 1810 yılında İspanya'dan bağımsızlığını kazanır. 1910 yılında bağımsızlığın 100'üncü yıl kutlamaları sırasında Osmanlı İmparatoru Sultan Reşat (Beşinci Mehmed) bir jest yaparak, sarayda atıl durumdaki bir saati tamir ettirip İznik çinileriyle kaplatır ve hediye olarak gönderir. Bugün Bolivar Meydanı'nda bulunan bu saat, inanın hâlâ tıkır tıkır çalışıyor.

Teotihuacan

Mexico City'nin 40 kilometre kuzeyindeki bu bölge, Orta Amerika'nın Giza'sı olarak anılıyor. Teotihuacan, M.Ö. 100 ile M.S. 650 yılları arasında var olmuş ve M.S 300 yıllarında zirveye çıkmış bir kent. Aztekler çoktan terk edilmiş bu bölgeden geçerken piramitleri görmüş ve buraya "tanrıların yaratıldığı yer" anlamına gelen "Teotihucan" adını vermişler. Teotihuacan'daki tüm yapılar "Calzada de los Muertos" (Ölüler Yolu) olarak adlandırılan dört kilometrelik bu yol üzerinde. Yolun bir ucunda Ay Piramidi, ortada Güneş Piramidi yer alıyor. Ay Piramidi'nin çevresinde rahiplerin yaşadığı saraylar, kutsal tüylü yılan ve yağmur tanrılarına adanmış iki mabet bulunuyor. Güneş Piramidi adını düzlem ve açılarının tamamen güneş hareketine göre düzenlenmiş olmasından alıyor. Köşeleri ekinoksu gösteriyor. Yani gün ve gece eşit olduğunda gölge oluşmuyor; ayrıca "Pleiadas Takım Yıldız" hesaplaması da dikkate alınmış. Maya tapınaklarında da aynı hesaplamaların yapıldığını biliyoruz. Güneş Tapınağı 68 metre, yani 222 basamak. Zorlansanız da mutlaka en tepeye kadar çıkın. Tepeden göreceğiniz manzara sizi yıllar öncesine götürür... Karşınızda duran 45 metre yüksekliğindeki Ay Piramidi de size uzaktan selam gönderir. Yukarıdaki sessiz ortam, aşağıya indiğinizde yerini hediyelik eşyacıların etrafınızı çevirmeleriyle yerini günümüz gerçeğine bırakır. Mabetler arasına açılmış tezgahlarda ilginç hediyelikler bulabilirsiniz. Ben deri üzerine işlenmiş çok güzel bir Aztek savaşçısı aldım. Bölgeden çıkan objeler, Mexico Milli Antropoloji Müzesi'nde sergileniyor.

Frida Kahlo Müzesi

Mexico City'e kadar gelip de ünlü ressam Frida Kahlo'nun müze evini ziyaret etmeden dönmek olmaz. Kahlo 1907'de bu evde doğar ve 1954'te yine bu evde vefat eder. Mexico City'nin Coyoacan semtinde duvarlarının rengi olan kobalt mavisi nedeniyle "Casa Azul" adı verilen bu müze evi, bugün ayda yaklaşık 25 bin kişi ziyaret ederek ünlü ressamın dünyasına tanıklık ediyor. Kullandığı aksesuarlar, evin dekorasyonu, elbiseleri, eşarpları, eşyaları ressamın bohem stilini yansıtıyor ve yaşamına dair ipuçları veriyor. Kahlo'nun hayatı, 1925 yılında bindiği otobüsün tramvayla çarpışması sonucunda trenin demir çubuklarından birinin sol kalçasından girmesiyle değişir. Ufak yaşlarda geçirdiği çocuk felcinin sonuçlarını henüz atlatamadan üzerine bir de bu kazanın eklenmesi onun tüm hayatı boyunca korseler, hastaneler ve doktorlar arasında geçecek günlerinin başlangıcı olur. Tam 32 ameliyat geçirir. Yeniden yürüyeceği güne kadar bu evde azmiyle sağlık sorunlarının üstesinden gelmeye çalışmıştır. İlk olarak yatağının bulunduğu odanın tavanına yerleştirilen ayna sayesinde resim yapmaya başlar. Kolay değil aylarca korse takarak yatağa bağlı kalmak... 1929 yılında hayatının aşkı ressam Diego Rivera'yla evlenince bu evden ve ailesinden ayrılır. Ancak 10 yıl sonra, 1939'da boşanınca eve geri döner ve 1940 yılında yeniden Diego'yla evlenince hep beraber bu evde yaşamaya başlarlar. Evin en ünlü konuğu hiç şüphesiz bir aralar burada kalan Kızıl Ordu kurucusu Lev Troçki'dir. Onun eşiyle kaldığı adeta penceresiz sayılacak oda, bir insanın ölümü hep ensesinde hissetmesinin ne demek olduğunu çok iyi anlatıyor. Frida ile yaşadığının ortaya çıkması üzerine, Troçkiler buradan başka eve taşınırlar ve Troçki yeni evinde öldürülür. Frida ve Diego aralıksız tam 14 yıl boyunca, Frida 1954'de ölene kadar burada yaşar. Frida'nın ölümünden dört yıl sonra Diego evi bir müzeye dönüştürür. Müze evi hakkını vererek gezmek isterseniz en az iki-üç saatinizi ayırmanız gerekir. Bahçeye çıktığınızda aşkın, acının, tutkunun kadınına bu kadar yakın olmanın, kısa süreli de olsa onun dünyasında bulunmanın keyfini yaşıyorsunuz. Unutmadan yazayım, içerde fotoğraf çekmek yasak.

Mariachi Müziği

Mexico City sokaklarında dolaşırken sık sık Mariachi müzik gruplarına rastlanır. Özellikle Garibaldi Meydanı'nda turist yolu gözlerler. Yaptıkları halk müzik çok özgündür ve Unesco Somut Olmayan Miras Listesi'nde yer alır. Mariachiler aslında Fransızların Meksika'yı yönettikleri dönemde ortaya çıkan, düğünlerde, davetlerde çalan orkestralarmış. Zamanla büyük şapkaları (sombrero), işlemeli ceketleri veya pançoları, uzun sivri burun ve topuklu ayakkabıları ile sokakların özgün tarzlı müzisyenlerine dönüşmüşler. İyi ki de öyle olmuş...

Agave Kaktüsü ve Lav Taşı

Meksika'ya gelip de obsidyen taşından yapılmış bir hediye almadan dönenimiz yok gibidir. Mexico City yakınında turistlere satış yapan atölyeler günün her saati müşteri bekler. Lav taşları Meksika'nın başkenti Mexico City'nin 70 kilometre güneydoğusundaki Popocatepetl yanardağının lavlarından elde edilir. Rehberler atölyelerin sunum yerinde öncelikle agave adlı kaktüsü anlatır. Mısır'da papirus ne kadar önemliyse, burada da agave öyledir. Yedi yaşına gelen agave bitkisinin çiçeği çıkmadan tam ortasındaki yaprağı kesilir. Ortasında biriken sıvı yaklaşık bir litre civarındadır. Bu alındıktan sonra 24 saat içinde aynı miktar sıvı toplanır. Bu işlem yaklaşık 20 gün devam eder. Toplanan sıvıdan şampuan veya krem yapılır, agave yapraklarıysa parşömen kağıdı olarak kullanılır. Yaprakları kaynatılıp damıtılarak tekila, kökü damıtılarak mezcal denilen yüksek alkollü içki elde edilir.

Bu atölyelerin bahçelerinde kaktüsün yanı sıra yığınlar halinde siyah renkli taşları görürsünüz. Bu taşlarla obsediyen bazlı hediyelik süs eşyaları yapılır. Atölyelerin sunum merkezlerinde bu objeler turistlere tanıtılırken, sözünü ettiğimiz tekila veya likör ikramı yapılır. Tasco Bölgesi'nden çıkarılan gümüşler ve altınlar obsidiyen taşlarıyla birleştirilip daha pahalı süs eşyaları olarak bütçe durumunuza göre sizlere sunulur. Ayrıca keseniz el veriyorsa yeşil Aztek masklarından da dekoratif olarak kullanmak üzere satın alabilirsiniz. Ⓑ

‘Kebapçılar ve Pidecilerle Dışarıda Yemek Kültürü Daha Demokratikleşti’

Boğaziçi Üniversitesi Sosyoloji Bölümü öğretim görevlisi Prof. Dr. Zafer Yenal, iş dünyasının gıdanın demokratikleşmesi konusunda adım atması gerektiğini vurguluyor

Mine Türkili

Her sabah bir kahve fincanı, üstünde isim yazılı. Gerçekten kişiye özel. Sütü yağlı, yağsız, laktozsuz… dilediğin gibi.

Akşam kentin şık bir restoranında, yer bildirimi mutlaka. Ve tabak öylesine nefis ki, paylaşılmasa olmaz.

Yemek kültürüne dair alışkanlıklarımız artık o kadar hızlı değişiyor ki, alternatifler arıyoruz, yediğimizi içtiğimizi paylaşıyoruz, televizyonda uluslararası ün kazanmış şeflerin iştah açan programlarını ilgiyle izliyoruz ve bir yandan da sağlıklı beslenme konusunda her gün yeni bir gelişme duyuyoruz. Peki, nedir bunun ardındaki neden? Boğaziçi Üniversitesi Sosyoloji Bölümü öğretim görevlisi Prof. Dr. Zafer Yenal ile yemeğe dair bir sohbet gerçekleştirdik. Yenal, Boğaziçi Üniversitesi’nde “Yemek ve Ötesi” üzerine verdiği atölyede yemek alanında Türkiye’nin ve dünyanın nereden gelip nereye gittiğini çağdaş, tarihsel ve sosyolojik kuramlarla ele alıyor. Çünkü yiyip içtiklerimizin toplumda yaşanan siyasi ekonomik gelişmelerle çok ilgisi var.



Yeme-içme kültürümüzde başlayan bu değişim en belirgin olarak, sohbetlerin yapıldığı, esnafın toplandığı kahvehane kültüründen, kahve markasının zincirleşmesiyle başladı. Yenal, kahvenin artık özelleştiğini ve kitleselleşirken kendi niş pazarlarını da yarattığını belirtiyor. “Aslında” diyor Yenal, “Globalizasyonla gittikçe bozulan gelir dağılımı sonucunda orta sınıf daralırken, yukarıda daha küçük bir grup kaldı ve aşağıda çok daha fazla insan birikti. Ve orta sınıf içinde farklı segmentlere hitap edecek yemek zincirleri ve kahve zincirleri ortaya çıktı.”

19’uncu yüzyılda kahvehanelerin farklı kesimlerden insanların bir araya gelebildiği en önemli mekânlardan biri olduğunu vurgulayan Yenal, bu değişimde yalnızlaşmanın önemine de değiniyor. ve bu durumu şöyle açıklıyor: “Öyle ki, bu mekânlar Osmanlı da dâhil olmak üzere, kamusal alanın oluştuğu, kamu fikrinin ortaya çıktığı ‘demokratik’ mekânlar olarak tanımlanıyor. Kahvehaneler bu özelliğini birçok yerde korurken, son 20-30 yıldır giderek bu özellik kaybolmaya başlıyor. Yalnızlaşmanın hüküm sürdüğü ya da insanların aileleriyle, arkadaşlarıyla çok daha içine kapalı hayatlar yaşadığı ve bunun sonucunda da kamusalın yerine çok daha özel alanın patladığı bir dönemi yaşıyoruz. Günümüz kahve zincirleri de çok daha özelleşen tüketim tarzına hitap eden yerler olarak ortaya çıkıyor. O anlamda hem bireyselleşme hem de bir yalnızlaşmadan bahsedilir tabii ki.”

Değişen sadece kahvehane kültürü değil elbette; adeta bir zenginlik sembolü olarak görülen etin de bu sosyo kültürel değişimde aldığı yol oldukça farklı. Kebapçılardan lüks et restoranlara giden bu değişimi Yenal şöyle açıklıyor: “ Türkiye’de ufak bir orta sınıf vardı ve restoran kültürü çok *exclusive* bir şeydi. 70-80’lerde beğenmediğimiz kebapçılar ve lahmacuncular çıkıncaya kadar, aslında restorana giden çok ufak bir kitleden söz edersiniz. Ya esnafsınızdır, öğle yemeğini esnaf lokantasında yersiniz, ya da biraz paranız vardır, akşam beyaz örtülü bir restorana gidersiniz. Aslında kebapçılar ve pidecilerle birlikte dışarıda yemek kültürü daha demokratikleşti.”

Tabii ki, et konusunda dünyada var olan değişime damgasını Mc Donald’s vurmuştur. 1950-70’ler arası Mc Donald’s’ı ▶



◀ dönemin sembolik markalarından biri olarak gören Yenal, bunun kitlesel tüketimin üretimle yan yana büyüdüğü bir dönem olduğunu belirtiyor ve ekliyor: "McDonald's'ta çalışmak için belki de en son bilmeniz gereken şey yemek pişirmek. Her şeyi sizin yerinize makineler yapıyor. Büyük bir standartlaşma, otomasyon üretim zinciri var. Bunun üzerinden de kitlesel bir üretim gerçekleşiyor. Bir yandan da kitlesel tüketim var. Çok standart bir tüketim. Herkes tüketebilir. O dönem Mc Donalds'tı. Bu dönemde daha niş pazarlar, belirli kültürel ekonomik değerlere sahip, o haliyle de birbirlerinden ayrılan küçük gruplar oluşmuş vaziyette. Bir orta sınıftan ziyade, orta sınıfta farklı öbeklerden farklı kabilelerden bahsedebiliyoruz. Bu kabileler içerisinde yine kültürel ve ekonomik sermayenin farklı kompozisyonları da var. Belki de daha çok para verip vegan yiyebiliyorsunuz."

Gerek sosyal medya, gerek televizyon programları ya da televizyonda bu konuda çıkan haberlere şöyle bir kulak verince neler duyuyoruz? Nasıl beslenelim? Ne yemeliyiz? Ne tür beslenme? Vegan, çiğ beslenme, makrobiyorik, alkali, ayurvedik... Sadece Türkiye değil elbette, dünya böyle bir değişimin içinde. Öyle ki, birinin doğrusu diğerinin yanlışı oluyor. Bu dönemin sadece iktisadi değişimlerle anlaşılamayacağını vurgulayan Yenal, "İnsanların bir şekilde hayatının kontrolünü elinde tutamadıkları, kaygının tepe yaptığı bir dönemden geçiyoruz. Siyasi olarak dünyada terör var. İklim bile değişti. Bir bakıyorsun dolu yağıyor. Kaygılara cevap veremediğimiz bu dönemde, insanlar giderek içe kapanıyor ve kendi bedenleriyle ilgili daha titiz oluyor. Daha da ileri giderek, sağlıklı yaşam takıntı haline geldiğinde ortoreksiya, anoreksiya gibi yeme bozuklukları görülüyor. Bir gün bunu, ertesi gün diğerini yapıyor" diye anlatıyor.

Bütün bu gelişmelere, sayıları artan restoran zincirlerine ve beslenmenin son trendlerine karşın, Türkiye'de yapılan bir araştırmaya göre nüfusun yüzde 60'ı hâlâ yer sofrasında yemek yiyor. Ve öte yandan, kentli yaşam kültürünün bir başka trendi de köy tavuğu, köy yumurtası, köy tereyağı... Yani köyden gelen ne varsa. Yenal, bütün bunlar ortaya çıkıyorsa şüphelenmek gerektiğini, gerçeğin kaybolduğu yerde, onun sanalıyla neredeyse ikame edildiğini vurguluyor ve küçük üreticinin parçalandığı bir dönemde bunların artmasının hiç de tesadüf olmadığını söylüyor. Bütün bu değişimde köy ve kent kopuşuna da dikkati çekiyor. Öyle ki, eskiden köyden kente göçte bir tarla kalır ya da köyden erzak gelir, tatillerde köye gidilirdi. Şimdi ise "Nerelisin?" diyorsun, memleketine hiç gitmediğini söylüyor.

Aslında Yenal sosyal medyadan oldukça uzak. Akıllı telefonu yok. Öyle olunca da, ne gittiği yeri ne de yediğini içtiğini paylaşabiliyor; buna hiç ihtiyaç da duymuyor. Yenal, bu paylaşımları, "tüketim üzerinden ortaya çıkan ilişkilendirmeler" olarak değerlendiriyor ve günümüzde görselliğin önem kazanmasının doğal bir sonucu olarak görüyor.

Ve bir de Yunanistan ile paylaşamadığımız baklava konusuna değindik. Yemeğin etnik ve ulusal kökleri nasıl sorun olur? Gerçekten yiyeceğin memleketi olur mu? Yunanistan ile Türkiye arasında adalar konusu devam ettiği sürece, baklava konusunun da süreceğini vurgulayan Yenal, yemek üzerinden çok sıradan bir milliyetçilik yapıldığına ve yemekle gündelik hayatın içinden çıkan bir cephane verildiğine dikkati çekiyor.

Ve tüm bu gelişmeler sonucunda öylesine bir yol ayırımındayız ki, bu kutuplaşmayı Yenal şöyle açıklıyor: Bir yanda tarım ve gıda sektöründe endüstrileşmenin çok üst düzeyde yaşandığı bir dönemden geçiyoruz. Ama buna karşın "Bu gidişat iyi değil" diyen birileri ve daha "üretici bazlı" hareketler var. Dünyada Çiftçinin Yolu olarak bilinen, çiftçinin küresel örgütlenmesi Via Campesina ve Slow Food gibi global hareketlerin yanında, daha tüketici odaklı hareketler, kooperatifler, kooperatifleşme çabaları, perma kültür grupları var. Nereye doğru gideceğimiz bu iki eğilimden kimin çok daha fazla ayakta kalacağıyla ilgili.

Son olarak, gıdanın demokratikleşmesi konusunun önemini vurguluyor Yenal; yani daha az ilaçlı, daha organik gıdalara belli bir kesimin değil, herkesin ulaşabiliyor olması... Gıdanın üretilmesinde sadece büyük sermaye değil, küçük üreticiye ve çiftçiye de yer verilmesi.

Bu dönüşüm, iş dünyasının katkısı olmadan ortaya çıkacak bir şey değil. Coğrafi işaretleme sisteminin sahiplenilmesi önemli. Kars'ta peynir, Kastamonu'da sarımsak, Finike'de portakal üreticileri... Bu tür gıdaları anlayan ve bunlara ulaşabilen belirli kesim var. Market zincirleri ve süpermarketlerin yapabileceği çalışmalarla, gıdanın demokratikleşmesi yolunda adım atılabilir. Ⓑ



“Çocuğum büyüyünce bana anne diyebilsin yeter...”

Otizmli çocuk annesi Feriha Birdal

Feriha Hanım gibi annelerin hayalleri, birçok çocuk için küçük ama otizmli çocuklar için büyük hayaller.
Fakat erken tanı ve eğitimle ulaşılamayacak hayaller değil.
Destek verseniz yeter.

TOHUM YAZIN 5290'A SMS ATIN

10 TL BAĞIŞLAYIN

www.tohumotizm.org.tr - 0 212 244 75 00

Tüm operatörlerin faturalı hatları için geçerlidir. SMS başına Türk Telekom 2 SMS, Vodafone 1 SMS bedeli ayrıca ücretlendirmekte, Turkcell ücretlendirmemektedir.





Teknoloji Zirvesi

Türkiye. Bugün. Şimdi.

4 Nisan 2018
Haliç
Kongre
Merkezi

#TeknolojiZirvesi
turkcell.com.tr/teknolojizirvesi

